

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม:
การศึกษาแนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโต
วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)



โดย มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง



สารบัญ

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1-1
1.1 หลักการและเหตุผล	1-1
1.2 วัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน	1-2
1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	1-2
1.4 ขอบเขตการดำเนินงาน	1-3
1.5 วิธีการศึกษา	1-4
1.6 ผังการดำเนินงาน สำหรับการจัดทำ MSE Ecosystem Roadmap	1-11
1.7 ระยะเวลาการดำเนินงาน	1-12
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	2-1
2.1 นิยามของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises: MSE)	2-1
2.2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem)	2-7
2.3 ปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของไทยและต่างประเทศ	2-21
2.4 นิยามศัพท์	2-37
บทที่ 3 การศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศ	3-1
3.1 หลักเกณฑ์การกำหนดประเทศเป้าหมายเพื่อทำการศึกษา	3-1
3.2 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศจีน	3-4
3.3 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศเกาหลีใต้	3-9
3.4 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศไต้หวัน	3-12
3.5 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศอินโดนีเซีย	3-16
3.6 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศไทย	3-20
3.7 บทสรุปปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญของแต่ละประเทศ	3-30
บทที่ 4 การสำรวจ และรวบรวมข้อมูล	4-1
4.1 หลักเกณฑ์การสำรวจข้อมูล สำหรับการจัดเก็บข้อมูล	4-1
4.2 การสำรวจปัจจัยแวดล้อมของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม	4-4
บทที่ 5 ผลการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม	5-1
5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	5-1
5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE	5-7
5.3 ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE	5-12
5.4 ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการรับบริการ	5-43
5.5 สรุปผลการสำรวจข้อมูล	5-50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6	
สรุปผลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา การสำรวจ และรวบรวมข้อมูล	6-1
6.1 สรุปผลสำรวจข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การระดมความคิดเห็น และการสัมมนาฯรับฟังความคิดเห็น	6-1
6.2 การวิเคราะห์แนวปฏิบัติที่ดีสำหรับวิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดกลาง (MSME Best Practices) ของกลุ่มประเทศตัวอย่างและประเทศไทย	6-10
6.3 แนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการส่งเสริม MSME ของกลุ่มประเทศตัวอย่าง	6-15
6.4 บทวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของ MSME ไทย (SWOT Analysis)	6-21
6.5 แนวทางการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมสำหรับวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมสำหรับประเทศไทย	6-23
บทที่ 7	
ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม	7-1
7.1 กลไกการขับเคลื่อน Ecosystem สำหรับ MSE	7-1
7.2 การสร้าง Digital Platform ของ MSE Ecosystem	7-7
7.3 การกำหนดเป้าหมายในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ	7-8
7.4 แผนปฏิบัติการเพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE	7-10
7.5 แผนการดำเนินงาน (Roadmap) ตามแผนปฏิบัติการ เพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE	7-20
บรรณานุกรม	บ-1
ภาคผนวก ก แผนงาน นโยบาย และงบประมาณบูรณาการของ สสว.	ก-1
ภาคผนวก ข ตัวอย่างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ	ข-1
ภาคผนวก ค แบบสำรวจ (Questionnaire)	ค-1
ภาคผนวก ง ประเด็นในการสัมภาษณ์และการระดมความคิดเห็น	ง-1
ภาคผนวก จ สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group)	จ-1
ภาคผนวก ฉ การสัมมนาฯรับฟังความคิดเห็น “แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)”	ฉ-1
ภาคผนวก ช ผลการสำรวจ จำแนกตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ	ช-1

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 1.1	ตารางการวิเคราะห์ Ecosystem ของประเทศตัวอย่าง	1-7
ตารางที่ 1.2	การวิเคราะห์ Ecosystem ของ MSE ประเทศไทยในปัจจุบัน	1-8
ตารางที่ 1.3	Gap Analysis	1-8
ตารางที่ 1.4	การวิเคราะห์ TOWS Matrix	1-9
ตารางที่ 2.1	ลักษณะ MSME ของประเทศสิงคโปร์	2-2
ตารางที่ 2.2	ลักษณะ MSME ของประเทศมาเลเซีย	2-3
ตารางที่ 2.3	ลักษณะ MSME ของสหภาพยุโรป	2-4
ตารางที่ 2.4	ลักษณะของ MSME ของประเทศอินเดีย	2-4
ตารางที่ 2.5	ลักษณะของ MSME ของประเทศเกาหลีใต้	2-5
ตารางที่ 2.6	องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ	2-8
ตารางที่ 2.7	มิติหลักและความสำคัญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ	2-10
ตารางที่ 2.8	สรุปการทบทวนวรรณกรรมตามองค์ประกอบของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ	2-19
ตารางที่ 2.9	ตัวอย่างสรุปการศึกษานโยบาย/มาตรการด้าน Ecosystem ในประเทศฟินแลนด์	2-33
ตารางที่ 2.10	กรอบการศึกษาระบบและมาตรการพัฒนาระบบ Ecosystem ในประเทศตัวอย่าง	2-35
ตารางที่ 3.1	อันดับประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขัน SME มากที่สุดในโลก 40 อันดับแรก ปี 2018	3-3
ตารางที่ 3.2	รายละเอียดนิยาม SME ของประเทศจีน	3-4
ตารางที่ 3.3	หน่วยงานหลักที่สนับสนุน SME ในแต่ละช่วงของการดำเนินธุรกิจ	3-21
ตารางที่ 3.4	ปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศและปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญของประเทศไทย	3-28
ตารางที่ 4.1	จำนวนผู้ประกอบการส่วนบุคคลและอื่น ๆ จำแนกตามขนาดธุรกิจ ปี พ.ศ. 2562	4-1
ตารางที่ 4.2	จำนวนผู้ประกอบการส่วนบุคคลและอื่น ๆ จำแนกตามภาคธุรกิจ ปี พ.ศ. 2562	4-2
ตารางที่ 4.3	จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ	4-2
ตารางที่ 4.4	แผนดำเนินการสำรวจข้อมูล	4-4
ตารางที่ 5.1	จำนวนตัวอย่างในการสำรวจ	5-2
ตารางที่ 5.2	สัดส่วนของขนาดกิจการและภาคธุรกิจในแต่ละช่วงธุรกิจ	5-9
ตารางที่ 5.3	สัดส่วนของขนาดกิจการและอายุกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ	5-10
ตารางที่ 5.4	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ	5-14
ตารางที่ 5.5	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านการตลาด	5-16
ตารางที่ 5.6	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงิน	5-17
ตารางที่ 5.7	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	5-19
ตารางที่ 5.8	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านปัจจัยสนับสนุน	5-20

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 5.9	ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านกฎระเบียบ	5-22
ตารางที่ 5.10	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ จำแนกตามจังหวัด และขนาดกิจการ	5-24
ตารางที่ 5.11	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านการเงิน	5-26
ตารางที่ 5.12	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านการตลาด	5-28
ตารางที่ 5.13	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านปัจจัยสนับสนุน	5-30
ตารางที่ 5.14	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	5-32
ตารางที่ 5.15	ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านกฎระเบียบ	5-34
ตารางที่ 5.16	ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง	5-35
ตารางที่ 5.17	ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงอายุของกิจการ	5-36
ตารางที่ 5.18	ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงธุรกิจ	5-36
ตารางที่ 5.19	ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ	5-37
ตารางที่ 5.20	ความต้องการความช่วยเหลือจำแนกรายด้าน แบ่งตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ	5-38
ตารางที่ 5.21	โครงการที่เคยเข้าร่วม จำแนกตามขนาดกิจการและจังหวัด	5-44
ตารางที่ 5.22	ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ จำแนกตามขนาดกิจการและจังหวัด	5-45
ตารางที่ 5.23	สาเหตุที่ไม่เคยเข้าร่วมโครงการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ	5-46
ตารางที่ 5.24	โครงการที่เคยเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ	5-48
ตารางที่ 5.25	ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ	5-49
ตารางที่ 5.26	สาเหตุที่ไม่เคยเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ	5-50
ตารางที่ 5.27	สรุปจำนวนตัวอย่างในการสำรวจ	5-51
ตารางที่ 5.28	สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดกิจการ	5-52
ตารางที่ 5.29	สรุปข้อมูลเกี่ยวกับ MSE จำแนกตามขนาดกิจการ	5-53
ตารางที่ 5.30	สรุปปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ และความต้องการความช่วยเหลือ	5-54
ตารางที่ 5.31	สรุปปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามขนาดกิจการ	5-55
ตารางที่ 5.32	สรุปความต้องการความช่วยเหลือ จำแนกตามขนาดกิจการ	5-55
ตารางที่ 5.33	สรุปการเข้าร่วมโครงการและการเข้ารับบริการ จำแนกตามขนาดกิจการ	5-58
ตารางที่ 5.34	สรุปผลการสำรวจที่สำคัญในมิติของขนาดกิจการและช่วงธุรกิจ	5-59
ตารางที่ 6.1	สรุปผลและการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม จากการสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ	6-3

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 6.2	ตัวอย่างแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการส่งเสริม MSME ของกลุ่มประเทศ ตัวอย่าง เปรียบเทียบกับแนวทางของประเทศไทย	6-12
ตารางที่ 6.3	ตัวอย่างโครงการของไทยที่สนับสนุน MSME ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – 2563	6-18
ตารางที่ 7.1	แผนปฏิบัติการเพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE	7-12
ตารางที่ 7.2	แผนการดำเนินงาน (Roadmap) ตามแผนปฏิบัติการ	7-21

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1	จำนวน Startup ต่อประเทศ 1-2
ภาพที่ 1.2	ผังวิธีการศึกษา 1-5
ภาพที่ 1.3	ผังการดำเนินงาน สำหรับการจัดทำ MSE Ecosystem Roadmap 1-11
ภาพที่ 2.1	ลักษณะของ SME ตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของ SME พ.ศ. 2562 2-2
ภาพที่ 2.2	แบบจำลองกระบวนการของผู้ประกอบการ 2-9
ภาพที่ 2.3	ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Isenberg 2-10
ภาพที่ 2.4	โมเดลปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Koltai 2-12
ภาพที่ 2.5	องค์ประกอบการสร้างผลลัพธ์ผลกระทบต่อปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Stam 2-14
ภาพที่ 2.6	ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจสมัยใหม่ 2-17
ภาพที่ 2.7	ปัจจัยสำหรับ Business ecosystem 4.0 2-18
ภาพที่ 2.8	MSME's Digitalization Journey 2-19
ภาพที่ 2.9	SME Knowledge Center 2-24
ภาพที่ 2.10	แนวทางการพัฒนา Ecosystem ตามโครงสร้างพื้นฐาน 2-25
ภาพที่ 2.11	SMEs Ecosystem ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) 2-26
ภาพที่ 2.12	ปัจจัยที่สำคัญต่อระบบนิเวศ SMEs ประเทศโอมาน 2-31
ภาพที่ 2.13	MSE Ecosystem 2-36
ภาพที่ 3.1	มิติ และดัชนีย่อยของดัชนี SME 3-2
ภาพที่ 5.1	จำนวนตัวอย่างในการสำรวจ 5-1
ภาพที่ 5.2	จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดและขนาดธุรกิจ 5-2
ภาพที่ 5.3	สัดส่วนของช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง 5-3
ภาพที่ 5.4	สัดส่วนของช่วงอายุกิจการ 5-3
ภาพที่ 5.5	สัดส่วนของลักษณะที่ตั้งกิจการ 5-4
ภาพที่ 5.6	สัดส่วนของรูปแบบของกิจการ 5-4
ภาพที่ 5.7	สัดส่วนการจ้างงาน 5-5
ภาพที่ 5.8	สัดส่วนรูปแบบการจ้างงาน 5-6
ภาพที่ 5.9	สัดส่วนแหล่งเงินทุน 5-6
ภาพที่ 5.10	สัดส่วนของภาคธุรกิจ 5-7
ภาพที่ 5.11	สัดส่วนศักยภาพของธุรกิจ 5-8
ภาพที่ 5.12	สัดส่วนการได้รับผลกระทบจาก Covid-19 5-11

สารบัญญภาพ (ต่อ)

	หน้า	
ภาพที่ 5.13	สัดส่วนของลักษณะผลกระทบจาก Covid-19	5-11
ภาพที่ 5.14	สัดส่วนแผนการปรับตัวจากผลกระทบของ Covid-19	5-12
ภาพที่ 5.15	ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนา MSE	5-12
ภาพที่ 5.16	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ	5-13
ภาพที่ 5.17	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจังหวัด	5-14
ภาพที่ 5.18	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านการตลาด	5-15
ภาพที่ 5.19	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านการเงิน	5-17
ภาพที่ 5.20	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	5-18
ภาพที่ 5.21	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านปัจจัยสนับสนุน	5-20
ภาพที่ 5.22	สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านกฎระเบียบ	5-21
ภาพที่ 5.23	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ	5-23
ภาพที่ 5.24	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ จำแนกตามจังหวัด	5-23
ภาพที่ 5.25	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านการเงิน	5-25
ภาพที่ 5.26	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านการตลาด	5-27
ภาพที่ 5.27	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านปัจจัยสนับสนุน	5-29
ภาพที่ 5.28	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	5-31
ภาพที่ 5.29	สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านกฎระเบียบ	5-33
ภาพที่ 5.30	การเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ	5-43
ภาพที่ 5.31	การเข้ารับบริการจากภาครัฐ	5-47
ภาพที่ 5.32	สรุปจำนวนตัวอย่างในการสำรวจ จำแนกตามขนาดกิจการ	5-51
ภาพที่ 5.33	สรุปผลศักยภาพของธุรกิจ	5-53
ภาพที่ 5.34	สรุปผลการเข้าร่วมโครงการ และการรับบริการ	5-57
ภาพที่ 6.1	พื้นที่เป้าหมายในการสำรวจข้อมูล	6-2
ภาพที่ 6.2	สรุปการวิเคราะห์ SWOT	6-21
ภาพที่ 7.1	House of MSE Ecosystem Mechanism	7-2
ภาพที่ 7.2	การเชื่อมโยง Ecosystem MSE บน Digital Platform	7-7
ภาพที่ 7.3	การกำหนดเป้าหมายที่ท้าทายในการขับเคลื่อน Ecosystem ของ MSE	7-9

บทที่ 1
บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

วิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises: MSE) ตามนิยามส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ใหม่ ถือได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นวิสาหกิจที่มีจำนวนมากที่สุด กระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ และมีบทบาทสำคัญต่อการจ้างงาน (วิสาหกิจรายย่อยมีจำนวนถึง 2,644,561¹ ราย คิดเป็นร้อยละ 85.7 ของวิสาหกิจโดยรวมทั้งประเทศ สร้างการจ้างงาน 4,974,613 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.5 ของการจ้างงานรวม และในสวนวิสาหกิจขนาดย่อมมีจำนวน 384,964 ราย หรือร้อยละ 12.5 ของวิสาหกิจทั้งหมด และสร้างการจ้างงาน 4,140,563 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 ของการจ้างงานทั้งหมด) แต่อย่างไรก็ตามวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังคงขาดศักยภาพและไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก จึงทำให้ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจหลายด้าน ดังนั้นภาครัฐจำเป็นต้องเร่งหาแนวทางให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนวิสาหกิจในกลุ่มนี้ให้สามารถดำเนินธุรกิจยุคใหม่ได้อย่างเป็นมืออาชีพและมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

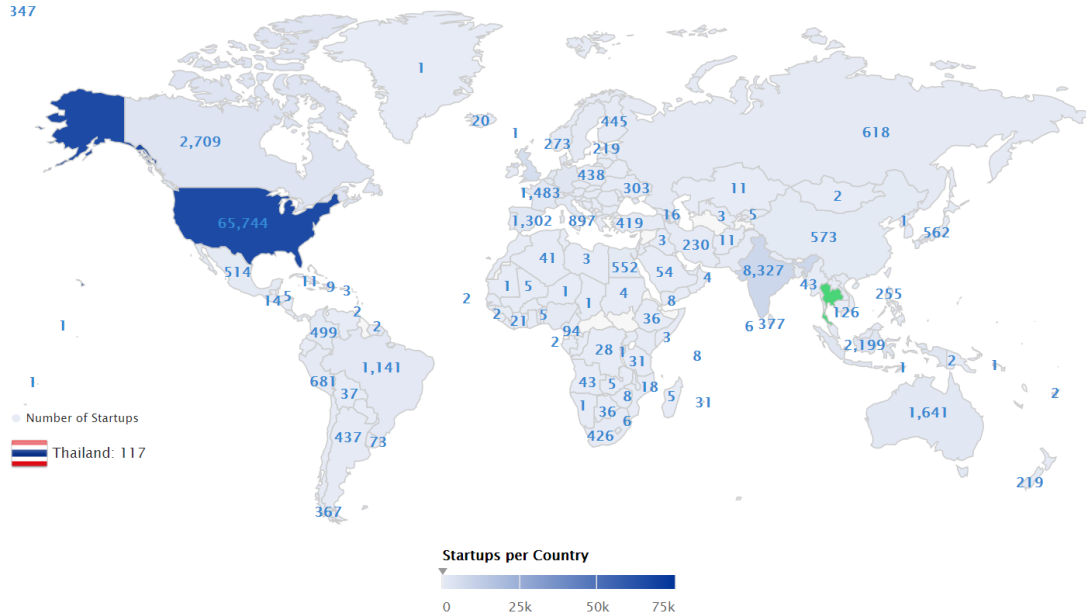
อย่างไรก็ตาม โครงการช่วยเหลือและพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) ของภาครัฐส่วนใหญ่ยังคงไม่ทั่วถึงและเพียงพอ อีกทั้งการดำเนินกิจกรรมยังขาดความยืดหยุ่นและไม่สอดคล้องกับสภาพธุรกิจ ช่วงเวลา และพื้นฐานความรู้ของผู้ประกอบการ รวมทั้งผู้ประกอบการบางส่วนยังขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการและบริการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ของภาครัฐ ทำให้ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ยังเข้าไม่ถึงการพัฒนา โดยเฉพาะบริการที่จำเป็นเพื่อการพัฒนาในระดับพื้นฐาน (Inclusive)

ด้วยเหตุดังกล่าวจากการรวบรวมข้อมูลจำนวน MSE ที่มีศักยภาพสูง คือ มีเทคโนโลยี/องค์ความรู้สูง มีมูลค่าเพิ่มสูง (High Value Added) และมีศักยภาพที่จะขยายตัวอย่างรวดเร็วไปสู่องค์กรขนาดใหญ่ในไม่เกิน 10 ปี ที่เรียกว่า Startup ในไทยจึงมีจำนวนเพียง 117 ราย น้อยกว่ามาเลเซีย (250 ราย) และฟิลิปปินส์ (255 ราย) เกือบ 2 เท่า และน้อยกว่าสิงคโปร์ (778 ราย) และอินโดนีเซีย (2,199 ราย) หลายเท่าตัว ส่วนในกรณีระดับโลกที่ได้รับความนิยมรับว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการพัฒนาสภาพแวดล้อม (Ecosystem) ที่เอื้อต่อการพัฒนา Startup มากที่สุด คือ สหราชอาณาจักร มีจำนวน Startup มากถึง 5,384 ราย ทั้งที่มีประชากรใกล้เคียงกับไทย (สหราชอาณาจักรมีประชากร 66.65 ล้านคน)

¹ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2562.

ภาพที่ 1.1: จำนวน Startup ต่อประเทศ

Countries



ที่มา: startupranking.com

ดังนั้น การมีปัจจัยแวดล้อมที่ดีและเอื้อต่อการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ จึงเป็นกลไกขั้นพื้นฐานที่ช่วยเอื้อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม สามารถเข้าถึงการพัฒนาของภาครัฐเพิ่มมากขึ้น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงได้ทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) เพื่อใช้เป็นข้อมูลและแนวทางสำหรับการพัฒนา (Roadmap) ปัจจัยแวดล้อมที่มีความเหมาะสม และเอื้อต่อการเข้าถึงตามความต้องการของแต่ละธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน

เพื่อให้ภาครัฐมีแนวทางในการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่มีความเหมาะสมและเอื้อต่อการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises)

1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) นำไปสู่การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมและทันสมัยต่อวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises)
- 2) ภาครัฐมีกลไกในการสนับสนุนและขับเคลื่อนส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) อย่างเป็นรูปธรรม

1.4 ขอบเขตการดำเนินงาน

ที่ปรึกษาต้องดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามขอบเขตการดำเนินงาน หรือให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการจ้าง โดยค่าใช้จ่ายของที่ปรึกษาเองทั้งหมด ซึ่งต้องดำเนินกิจกรรมอย่างน้อย ดังนี้

- 1) ศึกษาภาพรวมปัจจัยแวดล้อมของการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises Ecosystem) ของประเทศไทยในมิติต่าง ๆ เช่น ด้านการเงิน ผ่านกองทุนร่วมทุน การค้าประกันสินเชื่อ สินเชื่อสถาบันการเงิน ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรม โดยเฉพาะการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ศูนย์ให้บริการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ มาตรฐาน ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ ศูนย์บ่มเพาะ Knowledge Center ระบบพี่เลี้ยง ที่ปรึกษา การสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ ศูนย์ให้บริการในแต่ละด้าน ทั้ง Offline และ Online การสนับสนุนจากภาครัฐ มาตรการและนโยบายการส่งเสริมช่วยเหลือ กฎหมายและกฎระเบียบ เป็นต้น พร้อมทั้งกำหนดกรอบขอบเขตการศึกษา นิยาม และจัดกลุ่ม จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยแวดล้อมในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมให้ชัดเจน
- 2) ศึกษาการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศ (Best Practice) ไม่น้อยกว่า 3 ประเทศ โดยคัดเลือกประเทศที่เป็นต้นแบบของการมีปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม โดยที่ปรึกษาจะต้องเสนอเกณฑ์ในการคัดเลือกประเทศที่จะดำเนินการศึกษาให้ชัดเจน
- 3) ศึกษา สํารวจ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิจากวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) ด้วยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียด ดังนี้
 - 3.1) จัดทำแบบสำรวจ (Questionnaire) ประกอบด้วย 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ 2. ประเด็นปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดของการดำเนินธุรกิจ 3. รูปแบบความช่วยเหลือและการบริการที่ต้องการ เป็นต้น
 - 3.2) ศึกษา รวบรวม วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลจากวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) ที่ครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ตามข้อ 1) จำนวนรวมไม่น้อยกว่า 1,300 ราย
- 4) สัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของผู้ประกอบการ (ผู้รับบริการ) หน่วยงานองค์กร สถาบัน (ผู้ให้บริการ) ในการใช้ประโยชน์/การให้บริการ เพื่อการพัฒนาธุรกิจจากปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และประเด็นปัญหา-อุปสรรคของการใช้บริการ/ให้บริการ ไม่น้อยกว่า 5 ประเด็น
- 5) จัดประชุมระดมความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า 20 คน 4 ภูมิภาคครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ตามข้อ 1) เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับประเทศไทยและสถานการณ์เศรษฐกิจโลก
- 6) จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญเพื่อเป็นกลไกในการพัฒนาธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises)

- 7) จัดสัมมนารับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานวิชาการที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 1 ครั้ง ครั้งละประมาณ 80 คน เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลการศึกษาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
- 8) กรณีการสำรวจข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุม หรือกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับโครงการในพื้นที่ต่างจังหวัด ที่ปรึกษาสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้แก่เจ้าหน้าที่ สสว. เช่น ค่าตัวโดยสารเครื่องบิน (ไป-กลับ) ค่าที่พัก เป็นต้น เจ้าหน้าที่จำนวนไม่เกิน 3 คน/ครั้ง อย่างละ 3 ครั้ง

1.5 วิธีการศึกษา

ในการศึกษาประกอบไปด้วยขั้นตอนทั้งหมด 9 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษา Ecosystem ของ MSE โดยทั่วไป (Generic) ว่ามีองค์ประกอบด้านใดบ้าง แต่ละด้านส่งผลเช่นไร

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษากรณีศึกษาของต่างประเทศ 3 ประเทศที่ครอบคลุมองค์ประกอบต่าง ๆ ของ Ecosystem ที่ระบุไว้ในขั้นตอนที่ 1

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษากรณีของประเทศไทยที่ครอบคลุมองค์ประกอบต่าง ๆ ของ Ecosystem

ขั้นตอนที่ 4 แบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 5 การสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นตอนที่ 6 การศึกษาช่องว่างระหว่างการพัฒนาของต่างประเทศในขั้นตอนที่ 2 และการพัฒนาของไทยในขั้นตอนที่ 3 ถึงขั้นตอนที่ 5 เพื่อกำหนดเป้าหมาย ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ก่อนที่จะทำการวางแผนพัฒนาฯ ในขั้นตอนที่ 7

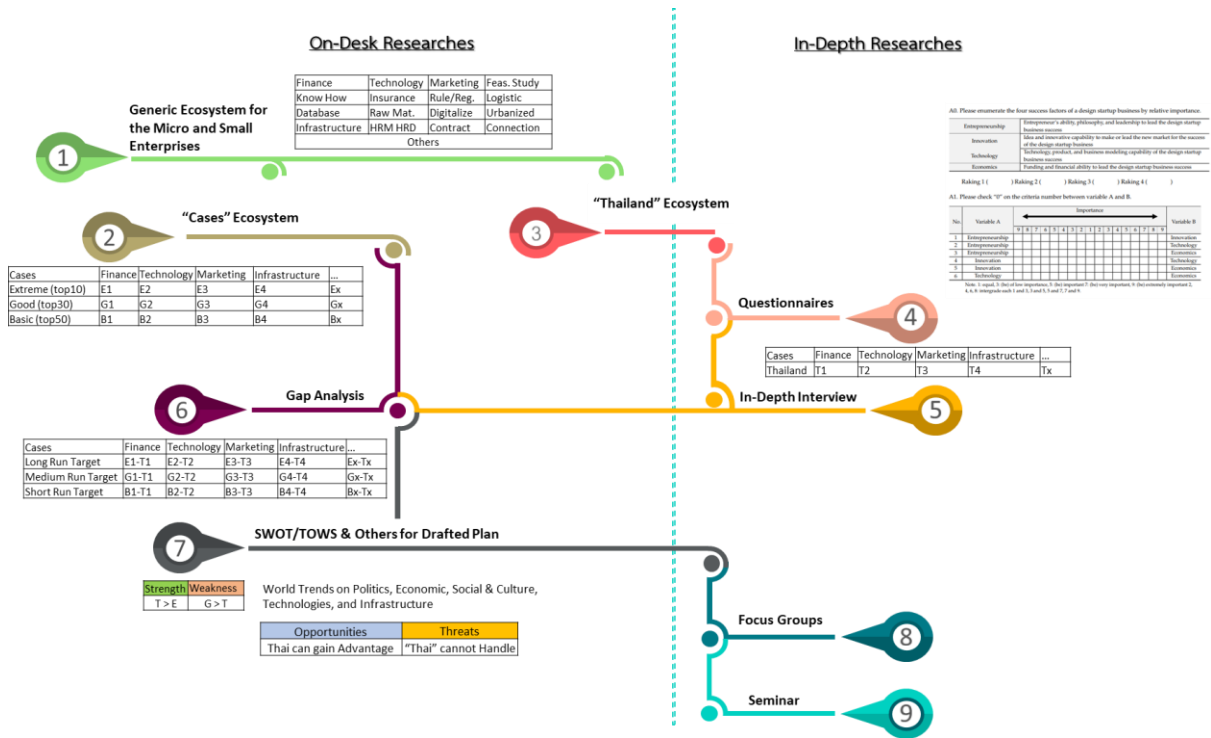
ขั้นตอนที่ 7 ร่างแผนพัฒนา Ecosystem ของ MSE ของไทย ก่อนที่จะทำการตรวจสอบด้วยประชุมระดมความคิดเห็นในขั้นตอนที่ 8

ขั้นตอนที่ 8 การจัดทำ Focus Group และ

ขั้นตอนที่ 9 การจัดสัมมนารับฟังความคิดเห็น

รายละเอียดของวิธีการศึกษาในแต่ละขั้นตอน มีดังนี้

ภาพที่ 1.2: ผังวิธีการศึกษา



ที่มา: มุลินธิ สาค.

ขั้นตอนที่ 1: การศึกษา Ecosystem ของ MSE โดยทั่วไป (Generic MSE Ecosystem)

ในขั้นตอนนี้ (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 1) จะเป็นการศึกษาโดยอาศัยการทำวรรณกรรมปริทัศน์ (Review Literatures) เป็นหลัก แต่จะเป็นการรวบรวมวิเคราะห์ ประเมินจากข้อมูลหลายแหล่งเข้าด้วยกันว่า Ecosystem ใดที่มีผลต่อการพัฒนาของ MSE บ้าง มีผลในลักษณะใด และจะดำเนินการได้อย่างไร อาทิ

- ด้านแหล่งเงิน ทั้งแหล่งเงินในรูปแบบดั้งเดิม (Traditional) เช่น การกู้เงินจากสถาบันการเงิน และแหล่งทุนสมัยใหม่ (Fintech) เช่น Angle Investor Crowd Funding Venture Capital
- ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรม ทั้งในรูปแบบดั้งเดิม Payment System Banking และเทคโนโลยีใหม่ที่เป็น Platform E-Commerce/E-Wallet รวมทั้งการใช้พลังของข้อมูลผ่าน Cloud Computing และ Machine Learning ในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงของตลาด การสื่อสารการตลาดผ่าน Social Media การเข้าสู่ Platform Sharing Business
- ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการและแรงงาน การเพิ่มทักษะและการสร้างทักษะใหม่ (Reskill/Upskill) ให้ตรงกับงานในอนาคต (Future of Works) และทักษะพื้นฐานที่สำคัญ (Basic Skill)
- ด้านนโยบายภาครัฐและการส่งเสริมทั้งในเชิงพื้นที่ พื้นที่ส่งเสริมพิเศษ เขตพัฒนาพิเศษ และในเชิงผลิตภัณฑ์ศักยภาพ Cluster
- ด้านระบบคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ ในรูปการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) การจัดส่งพัสดุ (Courier) และการจัดการคลังสินค้าสมัยใหม่

- ด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การผลิต การเข้าถึงและการจัดการวัตถุดิบ การกำหนดมาตรฐาน การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ การสร้างแบรนด์
- ด้านกิจกรรมส่งเสริมรูปแบบพิเศษ การจัดประชุมนิทรรศการ การ Road Show การจัดประกวด การสื่อสารการตลาด การจับคู่ธุรกิจ Digital Marketing และ Social Enterprise
- ด้านบทบาทและความร่วมมือของสถาบันการศึกษา พันธมิตร หน่วยวิจัยธุรกิจของสถาบันการเงิน ศูนย์การบ่มเพาะธุรกิจ Co-working Space ในการส่งเสริม MSE
- ด้านการตลาดและช่องทางในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ตลาดใหม่ (Emerging Market) ในต่างประเทศ รวมทั้งโอกาสทางธุรกิจจากมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนแห่งอนาคต (Circular Economy)
- ด้านการประกันความเสี่ยงทางธุรกิจ ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) การชำระเงินระหว่างประเทศ

ผลลัพธ์ในขั้นตอนที่ 1 นี้จะนำมาซึ่งประเด็นทั้งหมดที่ครอบคลุมการพัฒนา Ecosystem ที่มีส่วนสนับสนุนการเติบโตของ MSE ซึ่งจะสามารถนำผลของการศึกษาในส่วนนี้ไปพัฒนาและศึกษาต่อในขั้นตอนที่ 2 ถึง 5 ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 2: การศึกษากรณีศึกษาของต่างประเทศ

ในส่วนนี้ (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 2) จะทำการเลือกประเทศที่เป็นตัวอย่างที่ดีและเหมาะสมกับประเทศไทยมาทำการศึกษาทั้งหมด 3 ประเทศ โดย

- ศึกษาตามโครงสร้าง Generic Ecosystem ที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1 ก่อนจะทำแผนภาพความเชื่อมโยง (Linkage) และวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ประเทศดังกล่าวทำได้สำเร็จ พร้อมทั้งจัดทำดัชนีชี้วัดของประเทศเป้าหมายนั้นในประเด็นสำคัญ เพื่อจัดวางไว้เป็น “หมุดเป้าหมาย (Stepping Stone)” ในการพัฒนาของไทย
- ประเทศที่เลือกในการศึกษา เนื่องจาก เป้าหมายหนึ่งในการทำแนวทางพัฒนา Ecosystem คือ การวาง Stepping Stone ในการพัฒนา Ecosystem แก่ MSE ให้เป็นขั้นตอนที่สามารถพัฒนาไปได้จริง คือ “ไม่ก้าวกระโดดจนเกินไปนัก ไม่ใช่เวลานานเกินไปนัก” สามารถจัดวางแผนได้เป็น เป้าหมายและแผนงาน ทั้งในระยะสั้น กลาง ยาว จึงจำเป็นต้องวางประเทศเป้าหมายออกเป็น 3 ระดับต่าง ๆ คือ ระดับมาตรฐาน (Basic) คือประเทศที่ก้าวหน้ากว่าไทยไม่มากนัก ระดับดี (Good) คือ ประเทศที่มีมาตรฐานสูงกว่าประเทศไทยพอสมควร แต่ยังไม่ถึงระดับสูงสุดของโลก และประเทศเป้าหมายขั้นสุดที่ไทยต้องตั้งเป้าหมายไปให้ถึงสักวันหนึ่ง (Extreme Case) โดย เป้าหมายสำหรับ Basic Case คือ เป้าหมายระยะสั้น (Short Run) เป้าหมายสำหรับ Good คือ เป้าหมายระยะกลาง และเป้าหมายสำหรับ Extreme Case ก็คือ เป้าหมายระยะยาวของประเทศ

ในการเลือกประเทศจึงจะทำการเรียงลำดับประเทศที่ได้รับการจัดอันดับว่าได้รับการพัฒนาสูงด้านการสร้าง Ecosystem ให้แก่ MSE ที่มีศักยภาพ (โดยใช้ Startup Ranking เป็น Proxy) 50 อันดับแรก

ของโลกไว้ โดย ไทยอยู่ในลำดับที่ 50 สำหรับ Most Startup Friendly Countries In The World 2019 และอยู่ในลำดับที่ 33 ของ Startup Ecosystem Rankings Report 2019 แต่เมื่อทำการเฉลี่ยของ 2 การจัดอันดับนี้ ไทยจะอยู่ 42 ของโลก ในการเลือกประเทศจึงจะเริ่มจากการแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่มก่อน คือ กลุ่ม Basic จะได้แก่ ประเทศในอันดับที่ 31 ถึง 50 ซึ่งไทยจะต้องพัฒนาเพื่ออาร์ันตีว่าจะไม่มีทางตกจาก อันดับ 50 ของโลกไปได้ กลุ่ม Good จะได้แก่ประเทศในอันดับ 11 ถึง 30 และกลุ่ม Extreme จะเลือกจาก ประเทศ 1 ใน 10 ของโลก เป็นสำคัญ

สำหรับการเลือกประเทศตัวแทนกลุ่ม Basic Good และ Extreme นั้น จะพิจารณาจาก ประเทศที่มี ลักษณะใกล้เคียงกับไทย ไม่แตกต่างกับไทยมากนัก เช่น พิจารณาจาก ขนาดประชากร ขนาดประเทศ ขนาดเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมทางธุรกิจ เป็นต้น ยกตัวอย่าง เช่น ในกลุ่ม Good มี มาเลเซีย จีน และรัสเซีย อยู่ในกลุ่ม หากต้องเลือกก็น่าจะเลือกมาเลเซีย เนื่องจากมีขนาดประชากร ขนาดเศรษฐกิจที่ใกล้เคียงกับไทย นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมทางธุรกิจต่าง ๆ ที่ใกล้เคียงกับไทยด้วย เป็นต้น

ผลการศึกษานำมาจัดทำเป็นตารางสรุป เพื่อสรุปความเข้าใจ และเพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ ช่องว่างการพัฒนาระหว่างไทย กับประเทศตัวอย่างทั้ง 3 ด้วย ดังแสดงตามตัวอย่างในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1: ตารางการวิเคราะห์ Ecosystem ของประเทศตัวอย่าง

Cases	Finance	Technology	Marketing	Infrastructure	...
Extreme (top10)	E1	E2	E3	E4	Ex
Good (top30)	G1	G2	G3	G4	Gx
Basic (top50)	B1	B2	B3	B4	Bx

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

หมายเหตุ: E = Extreme Case, G = Good Case, B = Basic Case

ขั้นตอนที่ 3 ถึงขั้นตอนที่ 5: การศึกษากรณีของประเทศไทยที่ครอบคลุมองค์ประกอบของ Ecosystem

ในส่วนนี้ (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 3) ถึง 4) จะทำการศึกษาด้านการพัฒนา Ecosystem ของประเทศไทยในปัจจุบัน ทั้งระดับการพัฒนา วิธีการพัฒนา ความสามารถและความพึงพอใจของ MSE รวมถึงระดับความต้องการของ MSE ในมิติที่แตกต่างกันไปด้วย โดยยึดตามกรอบที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 และให้ผลการศึกษาที่ใกล้เคียงกับในขั้นตอนที่ 2 คือ ผลลัพธ์ของการศึกษาในส่วนนี้จะอยู่ในรูปของตารางที่สามารถเทียบเคียงกับขั้นตอนที่ 2 ได้โดยสะดวก แต่ในส่วนที่แตกต่างจะเป็นวิธีการศึกษากว่าคือ ในส่วนนี้ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

- การศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำวรรณกรรมปริทรรศน์ โดยรายละเอียดความครอบคลุมสอดคล้องกับการดำเนินการขั้นตอนที่ 2 โดยผลลัพธ์ของโครงการ คือ ปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม MSE
- การศึกษาด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งจะทำการตรวจสอบ/เพิ่มเติมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทุติยภูมิ โดยใช้แบบสอบถามไม่น้อยกว่า 1,300 ชุดเพื่อให้ครอบคลุม MSE ของประเทศ

โดยผลลัพธ์ของกิจกรรมคือ ความต้องการของวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจรายย่อย MSE โดยกระจายไปยัง 5 ภูมิภาคตามจำนวน SME ส่วนบุคคล ได้แก่ กรุงเทพมหานคร 700 ตัวอย่าง เชียงใหม่ 200 ตัวอย่าง ขอนแก่น 150 ตัวอย่าง ชลบุรี 150 ตัวอย่าง และ สุราษฎร์ธานี 120 ตัวอย่าง กระจายตามกิจกรรมการผลิตที่สำคัญของแต่ละภูมิภาค

- การศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้ง MSE ที่ดีและประสบผลสำเร็จ ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการ และหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะทำทั้งเพื่อการสำรวจตรวจสอบการศึกษา และการสอบถามความคิดเห็นของความต้องการในการพัฒนาในอนาคตด้วย โดยผลลัพธ์ของกิจกรรมคือ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา (Roadmap) และยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญ (Ecosystem) ในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม

ผลลัพธ์ของการศึกษาในส่วนนี้จะอยู่ในรูปแบบของตารางที่สามารถเทียบเคียงกับการศึกษาในขั้นตอนที่ 2 ดังแสดงตามตัวอย่างในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2: การวิเคราะห์ Ecosystem ของ MSE ประเทศไทยในปัจจุบัน

Cases	Finance	Technology	Marketing	Infrastructure	...
Thailand	T1	T2	T3	T4	Tx

ที่มา: มุลินธิ สวค.

หมายเหตุ: T = Thailand Case

ขั้นตอนที่ 6: การเปรียบเทียบช่องว่างการพัฒนา (Gap Analysis)

ในส่วนนี้ (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 6) จะนำตารางผลลัพธ์ของการศึกษาในขั้นตอนที่ 2 และขั้นตอนที่ 3 ถึง 5 มาเปรียบเทียบเพื่อหาช่องว่างการพัฒนา โดยในส่วนนี้จะทำการเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ 2 ด้าน คือ ลำดับขั้นการพัฒนา (Stepping Stone) และการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของไทย ซึ่งได้ข้อมูลจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดประชุมกลุ่มย่อย กล่าวคือ ด้านการวิเคราะห์ลำดับขั้นการพัฒนา จะใช้ตารางเพื่อวิเคราะห์ช่องว่างของไทยในประเด็นต่าง ๆ ว่ามีช่องว่างมากน้อย ต้องเน้นพัฒนา มิติต่าง ๆ อย่างไร ลำดับก่อน/หลัง โดยอาศัยจากตัวอย่าง MSE ที่ดี การศึกษา Case Study ว่าในประเทศ เป้าหมายใช้วิธีการใด การสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดทำ Focus Group ได้ ช่องว่างเหล่านี้ก็นัยหนึ่งก็คือ เป้าหมายการพัฒนาของไทยในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ของโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนหรือ ปัจจัยแวดล้อมเพื่อยกระดับ MSE นั้นเอง ดังแสดงในตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3: Gap Analysis

Cases	Finance	Technology	Marketing	Infrastructure	...
Long Run Target	E1-T1	E2-T2	E3-T3	E4-T4	Ex-Tx
Medium Run Target	G1-T1	G2-T2	G3-T3	G4-T4	Gx-Tx
Short Run Target	B1-T1	B2-T2	B3-T3	B4-T4	Bx-Tx

ที่มา: มุลินธิ สวค.

ส่วนด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของไทยนั้น จะพิจารณาโดยหากด้านใดไทยมีค่าแนวโน้มในเชิงเปรียบเทียบ (Relative Trend) ที่สูงกว่า เป้าหมายชั้นกลาง จะถือว่าเป็นจุดแข็ง และค่าแนวโน้มในเชิงเปรียบเทียบใดต่ำกว่าเป้าหมายระยะสั้น จะถือว่าเป็นจุดอ่อนของประเทศ ซึ่งจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 7 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 7: การจัดทำแนวทางพัฒนา (Roadmap) แผนงาน โครงการ ภายใต้การสนับสนุน Ecosystem ของ MSE

สำหรับการจัดทำแผนพัฒนา Ecosystem เพื่อ MSE ของไทย (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 6) จะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาจัดทำ SWOT/TOWS สำหรับ การออกแบบมาตรการที่เหมาะสม และใช้ตาราง GAP เพื่อวางเป้าหมายในการพัฒนา ในระยะที่แตกต่างกัน ในส่วนของการทำ SWOT นั้น ที่มาของการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน 2 วิธีการคือ การวิเคราะห์ S-W กับการวิเคราะห์ O-T กล่าวคือ

ด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของไทยนั้น จะพิจารณาโดยหากด้านใดไทยมีค่าดัชนีสูงกว่าเป้าหมายชั้นกลาง จะถือว่าเป็นจุดแข็ง ($Strength = T > E$) และค่าดัชนีใดต่ำกว่าเป้าหมายระยะสั้น จะถือว่าเป็นจุดอ่อนของประเทศ ($Weakness = T < B$)

ด้านการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Treat) จะใช้การรวบรวม Trend ที่สำคัญของโลก ทั้งด้าน การเมือง (Politic) เศรษฐกิจ (Economic) เทคโนโลยี (Technology) สังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) สิ่งแวดล้อม (Environment) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) และการพัฒนาเมือง (Urbanization) และองค์ความรู้ (Know How) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE ของไทย โดยประเด็นใดที่ไทยสามารถรับมือและใช้ประโยชน์ได้จะได้รับการวิเคราะห์ว่าเป็นโอกาส ส่วนประเด็นใดที่ไทยไม่สามารถรับมือได้ หรือยังไม่มีมาตรการรับมือ จะถูกวิเคราะห์ว่าเป็นอุปสรรค

เมื่อได้ SWOT จึงจะนำมาวิเคราะห์มาตรการ/ยุทธศาสตร์ ด้วย TOWS Matrix คือ การพิจารณาแนวทางการใช้ (1) สร้างมาตรการเชิงรุก โดยใช้ จุดแข็ง ร่วมกับโอกาส (2) จุดแข็ง แก้ไขอุปสรรค (3) ใช้โอกาส พลิกจุดอ่อน และ (4) มาตรการรองรับเยียวยา หรือพลิกวิกฤติเป็นโอกาส จากสถานการณ์ที่อุปสรรค อาจขยายจุดอ่อนได้ ดังแสดงในตารางที่ 1.4

ตารางที่ 1.4: การวิเคราะห์ TOWS Matrix

	Strengths	Weaknesses
Opportunities	สร้างมาตรการเชิงรุก	ใช้โอกาส พลิกจุดอ่อน
Threats	จุดแข็ง แก้ไขอุปสรรค	มาตรการรองรับเยียวยา หรือพลิกวิกฤติเป็นโอกาส

ที่มา: มุลินธิ สวค.

ขั้นตอนที่ 8: การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

หลังจากที่ได้ (ร่าง) แนวทางในการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE (MSE Ecosystem Roadmap) แล้วขั้นตอนนี้ (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 5) จะเป็นการจัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อทำการปรับปรุง/แก้ไข (ร่าง) แผนปฏิบัติการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE มาแล้ว โดยใช้การจัดประชุมกลุ่มย่อย ทั้งหมด จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า 20 คน ในทั้งหมด 4 ภูมิภาค ประกอบด้วย เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี และสุราษฎร์ธานี ผลลัพธ์ของขั้นตอนนี้จะทำให้ได้มาซึ่ง (ร่าง) แผนปฏิบัติการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE ฉบับสมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 9 การจัดสัมมนา

หลังจากได้ (ร่าง) แนวทางในการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE (MSE Ecosystem Roadmap) ฉบับสมบูรณ์ ที่ได้จากการศึกษา และปรับปรุงภายใต้การจัดประชุมกลุ่มย่อยแล้ว ในขั้นตอนนี้สุดท้าย (ตามขอบเขตการดำเนินงานข้อที่ 7) จะเป็นการตรวจสอบ (ร่าง) แนวทางในการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE (MSE Ecosystem Roadmap) ครั้งสุดท้ายด้วยการจัดสัมมนา โดยเชิญ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานวิชาการที่เกี่ยวข้องประมาณ 80 คน เข้าร่วมรับฟัง

แผนรองรับเพื่อเหตุการณ์ Covid-19

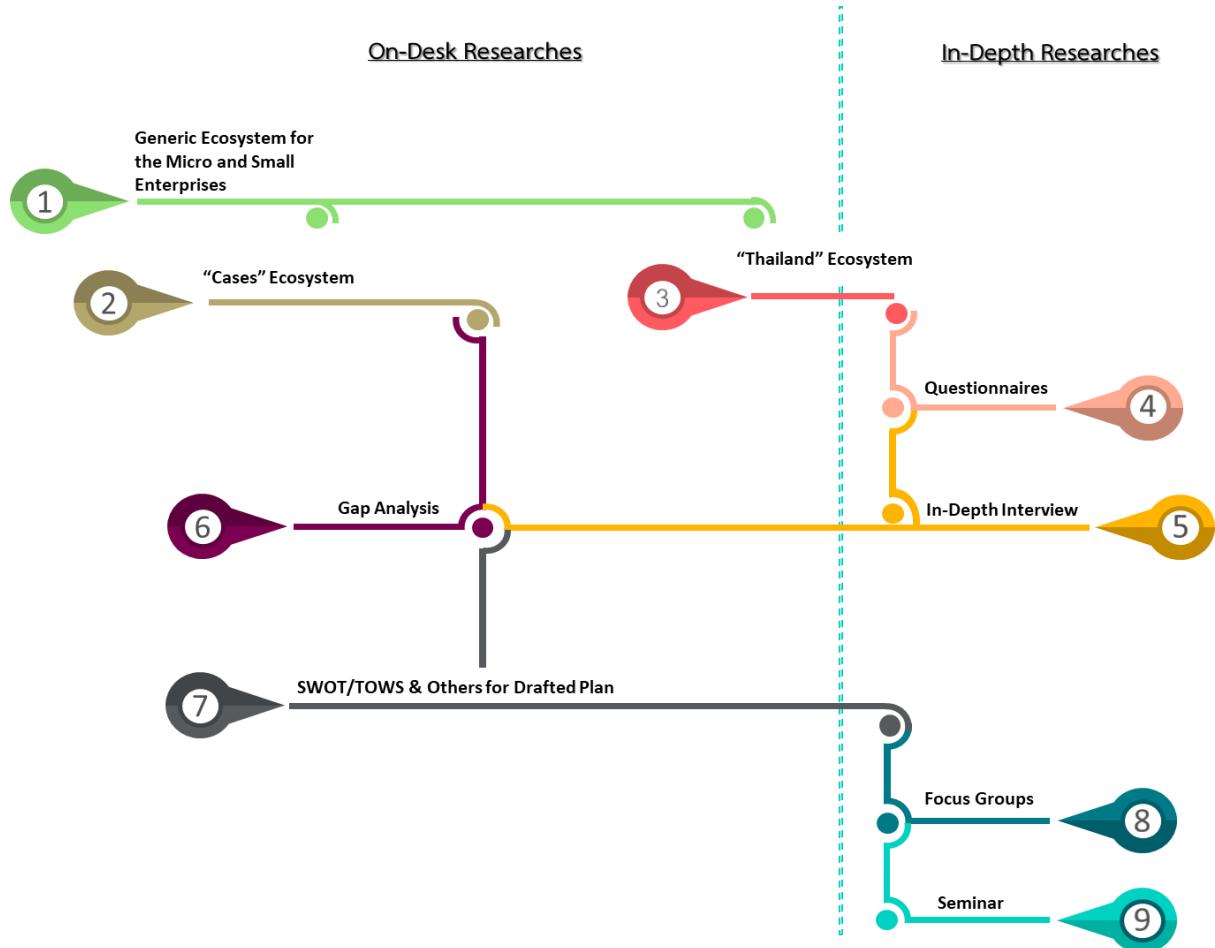
สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง เข้าใจและทราบดีว่าในการศึกษาหากดำเนินการตามวิธีขนบนิยมทั่วไป (Conventional) จะให้ผลการศึกษาที่ดีกว่าวิธีทางเลือก อย่างไรก็ตามในกรณีที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เช่น หากการแพร่ระบาดของ Covid-19 เป็นไปอย่างรุนแรง มุณินิธิ สวค. มีวิธีการเตรียมการรองรับ ดังนี้

Conventional Methods	Alternative Methods for Covid-19
Desk Research	- Work at Home - ส่งไฟล์ให้โรงพิมพ์
Questionnaire	- แบบสอบถามออนไลน์ เช่น Google form - โทรศัพท์สัมภาษณ์/ติดตาม
สัมภาษณ์เชิงลึก	- โทรศัพท์สัมภาษณ์ หรือ - Video Conference Program เช่น MS Teams Zoom FB Line
ประชุมภายใน/Focus Group น้อยกว่า 20 คน	Video Conference Program เช่น MS Teams Zoom FB Line
สัมมนา	FB Live

อนึ่งองค์ความรู้ทางด้านการวิจัยและจัดทำแผนเกี่ยวกับ SME ในอดีต รวมทั้งการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมและบริการให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้ง สสว. GISTDA กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) กระทรวงแรงงาน สำนักงานพัฒนาเขตพิเศษภาคตะวันออก (EEC) สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (NESDC) จะนำมาซึ่งเครือข่ายและประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้าง Ecosystem ให้กับ MSE ต่อไป

1.6 ผังการดำเนินงาน สำหรับการจัดทำ MSE Ecosystem Roadmap

ภาพที่ 1.3: ผังการดำเนินงาน สำหรับการจัดทำ MSE Ecosystem Roadmap



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

1.7 ระยะเวลาการดำเนินงาน

โครงการฯ มีระยะเวลาดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน 2563 - 30 กันยายน 2563 โดยรายละเอียดของแผนการดำเนินงาน ปรากฏดังนี้

กิจกรรมการดำเนินงานโครงการ 2563	เมษายน				พฤษภาคม				มิถุนายน				กรกฎาคม				สิงหาคม				กันยายน			
	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4
1. จัดทำแผนงานการดำเนินโครงการ	📅																							
2. ศึกษา ทบทวน แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ		████████████████████																						
3. วิเคราะห์ Ecosystem ของ MSE โดยทั่วไป (Generic) และหน่วยงานที่ดำเนินการ เกี่ยวข้องกับงบประมาณการ		████████████████████																						
ส่งมอบรายงานขั้นต้น (Inception Report)								📅																
4. ศึกษากรณีศึกษาของต่างประเทศ (Cases)		████████████████████																						
5. ออกแบบ Ecosystem แบบเฉพาะของไทย		████████████████████																						
6. กำหนดแนวทาง ออกแบบแบบสอบถามและการสำรวจภาคสนาม					████████████████████																			
7. สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)					████████████████████																			
ส่งมอบรายงานความก้าวหน้า (Progress Report)														📅										
8. วิเคราะห์ Gap Analysis													████████											
9. (ร่าง) แนวทางในการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE (MSE Ecosystem Roadmap)													████████											
10. ลงพื้นที่จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)																				████████████████████				
11. สัมมนาระดมความคิดเห็น																				████████████████████				
12. แนวทางในการพัฒนา Ecosystem สำหรับ MSE (MSE Ecosystem Roadmap) ตัวอย่างโครงการ และข้อเสนอแนะพัฒนา Ecosystem ของ MSE ฉบับสมบูรณ์																					████████████████████			
ส่งมอบรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)																							📅	

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้มีการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมในการสนับสนุนการเติบโตของผู้ประกอบการซึ่งประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน ได้แก่ 1) นิยามของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises: MSE) 2) แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) 3) การพัฒนาปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของไทยและต่างประเทศ และ 4) นิยามศัพท์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 นิยามของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises: MSE)

วิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises: MSE) ตามนิยามส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ไทย จากประกาศตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 ได้กำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจขนาดกลาง ดังนี้

วิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะ ดังนี้

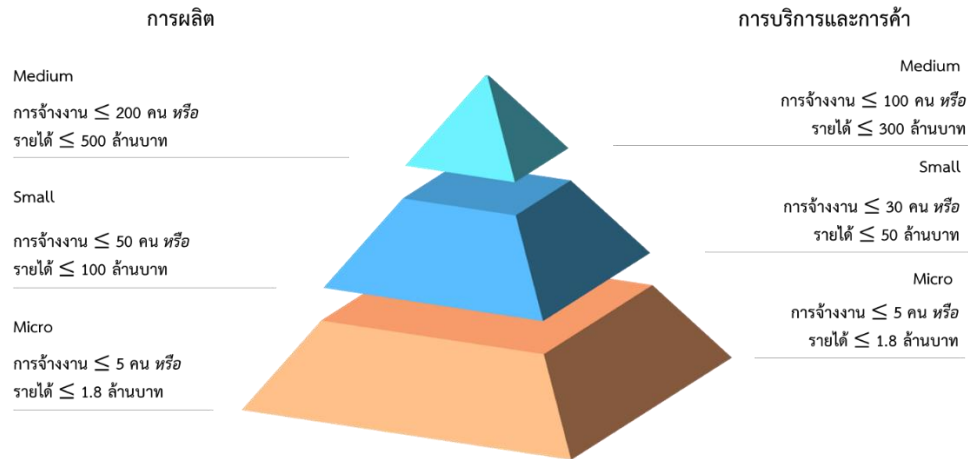
- (1) กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินห้าสิบคนหรือมีรายได้ต่อปีไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาท
- (2) กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง หรือกิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินสามสิบคนหรือมีรายได้ต่อปีไม่เกินห้าสิบล้านบาท

วิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะ ดังนี้

- (1) กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคนหรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่าหนึ่งร้อยล้านบาทแต่ไม่เกินห้าร้อยล้านบาท
- (2) กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง หรือกิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าสามสิบคนแต่ไม่เกินหนึ่งร้อยคนหรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่าห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินสามร้อยล้านบาท

จำนวนการจ้างงานให้พิจารณาจากหลักฐานแสดงจำนวนการจ้างงานที่ได้จัดทำขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด และจำนวนรายได้ให้พิจารณาจากรายได้รวมทั้งที่ระบุไว้ในงบการเงินที่ได้จัดทำขึ้นตามที่กฎหมายว่าด้วยการบัญชีกำหนดหรือเอกสารบัญชีแสดงรายได้ ซึ่งในกรณีที่กิจการมีจำนวนการจ้างงานที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจประเภทหนึ่ง แต่มีรายได้ที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจอีกประเภทหนึ่ง ให้ถือรายได้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ทั้งนี้ วิสาหกิจรายย่อยเป็นส่วนหนึ่งของวิสาหกิจขนาดย่อม

ภาพที่ 2.1: ลักษณะของ SME ตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของ SME พ.ศ. 2562



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำหรับนิยาม Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) ของแต่ละประเทศมีเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขนาดของวิสาหกิจแตกต่างกัน เช่น จำนวนการจ้างงาน ยอดขาย รายได้จากผลประกอบการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

นิยาม MSME ของประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์มีการกำหนดลักษณะของ SME ตามยอดขาย และจำนวนการจ้างงาน โดยธุรกิจทุกสาขา กำหนดให้มีรายได้ไม่เกิน 100 ล้านเหรียญสิงคโปร์ และมีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน¹

ตารางที่ 2.1: ลักษณะ MSME ของประเทศสิงคโปร์

ประเภทกิจการ	ยอดขาย
วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	ยอดขายต่อปีไม่เกิน 1 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	ยอดขายต่อปีเกินกว่า 1 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ แต่ไม่เกิน 10 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)	ยอดขายต่อปีเกินกว่า 10 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ แต่ไม่เกิน 100 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์

ที่มา: Iqbal, Badar & Rahman, Mohd. (2015).

¹ ที่มา: https://grantportal.enterprisesg.gov.sg/spring/Pages/SME_Eligibility_Check.aspx

นิยาม MSME ของประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียมีการกำหนดขนาดวิสาหกิจตามยอดขาย หรือจำนวนลูกจ้างประจำ ดังนี้

1) **วิสาหกิจรายย่อย (Micro)** ในภาคการผลิตมียอดขายน้อยกว่า 300,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำน้อยกว่า 5 คน และในภาคบริการมียอดขายน้อยกว่า 300,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำน้อยกว่า 5 คน

2) **วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)** ในภาคการผลิตมียอดขายระหว่าง 300,000–15,000,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 5 คน แต่ไม่เกิน 75 คน และในภาคบริการมียอดขายระหว่าง 300,000–3,000,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 5 คน แต่ไม่เกิน 30 คน

3) **วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)** ในภาคการผลิตมียอดขายระหว่าง 15,000,000–50,000,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 75 คน แต่ไม่เกิน 200 คน และในภาคบริการมียอดขายระหว่าง 1,000,000–5,000,000 ริงกิตต่อปี หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 30 คน แต่ไม่เกิน 75 คน

ตารางที่ 2.2: ลักษณะ MSME ของประเทศมาเลเซีย

ประเภทกิจการ	การผลิต	การบริการและอื่น ๆ
วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	ยอดขายน้อยกว่า 300,000 ริงกิต หรือลูกจ้างประจำน้อยกว่า 5 คน	
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	ยอดขายระหว่าง 300,000–15,000,000 ริงกิต หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 5 คน แต่ไม่เกิน 75 คน	ยอดขายระหว่าง 300,000–3,000,000 ริงกิต หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 5 คน แต่ไม่เกิน 30 คน
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)	ยอดขายระหว่าง 15,000,000–50,000,000 ริงกิต หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 75 คน แต่ไม่เกิน 200 คน	ยอดขายระหว่าง 1,000,000–5,000,000 ริงกิต หรือจำนวนลูกจ้างประจำเกินกว่า 30 คน แต่ไม่เกิน 75 คน

ที่มา: SME Corporation Malaysia. (2018)

หากกิจการเป็นไปตามเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่งสำหรับขนาดกิจการที่แตกต่างกัน ให้ยึดถือตามขนาดกิจการที่เล็กกว่า ตัวอย่างเช่น หากยอดขายของกิจการเข้าเกณฑ์เป็นวิสาหกิจรายย่อย แต่การจ้างงานอยู่ในวิสาหกิจขนาดย่อมให้ถือว่าเป็นวิสาหกิจรายย่อย

นิยาม MSME ของสหภาพยุโรป

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ถูกกำหนดไว้ใน EU Recommendation 2003/361 โดยเกณฑ์ในการจำแนกประเภท SME ประกอบด้วย จำนวนลูกจ้าง และยอดขายหรือมั่งคูล

1) **วิสาหกิจรายย่อย (Micro)** มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 10 คน และมียอดขายไม่เกิน 2 ล้านยูโรต่อปีหรือมั่งคูลไม่เกิน 2 ล้านยูโรต่อปี

2) **วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)** มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และมียอดขายไม่เกิน 10 ล้านยูโรต่อปีหรือมั่งคูลไม่เกิน 10 ล้านยูโรต่อปี

3) **วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)** มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 250 คน และมียอดขายไม่เกิน 50 ล้านยูโรต่อปีหรือมั่งคูลไม่เกิน 43 ล้านยูโรต่อปี

ตารางที่ 2.3: ลักษณะ MSME ของสหภาพยุโรป

ประเภทกิจการ	จำนวนการจ้างงาน	ยอดขาย	หรือ	งบดุล
วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	< 10	≤ 2 ล้านยูโร		≤ 2 ล้านยูโร
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	< 50	≤ 10 ล้านยูโร		≤ 10 ล้านยูโร
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)	< 250	≤ 50 ล้านยูโร		≤ 43 ล้านยูโร

ที่มา: European Commission. (2012).

นิยาม MSME ของประเทศอินเดีย

วิสาหกิจรายย่อย ขนาดกลาง และขนาดย่อม (MSMEs) เป็นหนึ่งในกลุ่มผู้ขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาเศรษฐกิจ นวัตกรรมและการจ้างงาน MSME ยังมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตของเศรษฐกิจอินเดีย รัฐบาลอินเดียได้ออกพระราชบัญญัติ Micro, Small and Medium Enterprises Development (MSMED), 2006 โดยก่อนที่จะมีการออกพระราชบัญญัตินี้ อุตสาหกรรมขนาดเล็ก อุตสาหกรรมแบบดั้งเดิม วิสาหกิจชุมชน และ MSEs ในอินเดียถูกเรียกรวมกันเป็น Small Scale Industries (SSIs) ภายใต้พระราชบัญญัติ Industrial Development and Regulation (IDR), 1951 พระราชบัญญัติ MSMED, 2006 ได้จัดทำกรอบทางกฎหมายสำหรับการระบุแนวคิดของ “วิสาหกิจ” ซึ่งรวมถึงหน่วยงานทั้งภาคการผลิตและภาคบริการและได้แบ่งออกเป็นสามระดับ ได้แก่ รายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง

คำจำกัดความของอุตสาหกรรมขนาดเล็ก (Small Scale Industries) แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ เนื่องจากการจำแนกประเภทขึ้นอยู่กับเกณฑ์หรือข้อกำหนดที่แตกต่างกัน เช่น ยอดขาย จำนวนการจ้างงาน เป็นต้น ภายใต้พระราชบัญญัติ Industrial Development and Regulation (IDR), 1951 ซึ่งเป็นแนวความคิดของอุตสาหกรรมขนาดเล็กในอินเดียในแง่ของจำนวนการจ้างงาน แต่ในกรณีที่ไม่มีข้อมูลจำนวนการจ้างงานหรือไม่ได้รับข้อมูลที่เชื่อถือได้ จะจำแนกประเภทด้วยเกณฑ์การลงทุนในโรงงานและเครื่องจักร/อุปกรณ์ ในปัจจุบันการจำแนกประเภทของ MSMEs จำแนกตามการลงทุนในอาคารและเครื่องจักร/อุปกรณ์ ตามบทบัญญัติมาตรา 7 ของพระราชบัญญัติ MSMED, 2006 ดังนี้

ตารางที่ 2.4: ลักษณะของ MSME ของประเทศอินเดีย

ประเภทกิจการ	การผลิต (ลงทุนในโรงงานและเครื่องจักร)	การบริการ (ลงทุนในอุปกรณ์)
วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	ไม่เกิน 2.5 ล้านรูปีอินเดีย	ไม่เกิน 1 ล้านรูปีอินเดีย
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	เกินกว่า 2.5 ล้านรูปีอินเดีย แต่ไม่เกิน 50 ล้านรูปีอินเดีย	เกินกว่า 1 ล้านรูปีอินเดีย แต่ไม่เกิน 20 ล้านรูปีอินเดีย
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)	เกินกว่า 50 ล้านรูปีอินเดีย แต่ไม่เกิน 100 ล้านรูปีอินเดีย	เกินกว่า 20 ล้านรูปีอินเดีย แต่ไม่เกิน 50 ล้านรูปีอินเดีย

ที่มา: Reserve Bank of India. (2019).

นิยาม MSME ของประเทศเกาหลีใต้

เกาหลีใต้มีการกำหนดลักษณะของ SME ตามมาตรา 3 ของพระราชกำหนดการบังคับใช้กฎหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามประเภทธุรกิจและยอดขาย ดังนี้

ตารางที่ 2.5: ลักษณะของ MSME ของประเทศเกาหลีใต้

ประเภทกิจการหลัก		วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (ยอดขายเฉลี่ย)	วิสาหกิจขนาดย่อม (ยอดขายเฉลี่ย)
การผลิต (6 ประเภทกิจการ)	การผลิตเสื้อผ้า อุปกรณ์การแต่งกายและ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากขนสัตว์	150 พันล้านวอน หรือน้อยกว่า	12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตเครื่อง หนังกระเป๋าและรองเท้า		
	การผลิตเยื่อกระดาษและผลิตภัณฑ์จาก กระดาษ		8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตโลหะเบื้องต้น		
	การผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า		
	การผลิตเฟอร์นิเจอร์		
เกษตรกรรม การทำป่าไม้และการประมง		100 พันล้านวอน หรือน้อยกว่า	8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
การทำเหมือง			12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
การผลิต (12 ประเภท กิจการ)	การผลิตอาหาร	100 พันล้านวอน หรือน้อยกว่า	8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตยาสูบ		12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ (ไม่รวมการผลิตเสื้อผ้า)		
	การผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้และไม้ (ไม่รวมการผลิตเฟอร์นิเจอร์)		8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตถ่านและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม สำเร็จรูป		
	เคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมี (ไม่รวมการผลิตยา)		12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	ยางและ การผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก		
	การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ (ไม่รวมการผลิต เครื่องจักรและเฟอร์นิเจอร์)		8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ วัสดุโพลีเอสเตอร์และอุปกรณ์ สื่อสาร		
	การผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์อื่น ๆ		12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
	การผลิตรถยนต์และรถพ่วง		
	การผลิตอุปกรณ์ขนส่งอื่น ๆ		
ผลิตกระแสไฟฟ้า แก๊ส ไอน้ำแรงดัน เครื่องปรับอากาศ		100 พันล้านวอน หรือน้อยกว่า	8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
น้ำประปา			12 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
ก่อสร้าง		100 พันล้านวอน หรือน้อยกว่า	8 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า
ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง			5 พันล้านวอนหรือน้อยกว่า

ประเภทกิจการหลัก		วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (ยอดขายเฉลี่ย)	วิสาหกิจขนาดย่อม (ยอดขายเฉลี่ย)
การผลิต (6 ประเภทกิจการ)	การผลิตเครื่องตี	80 พันล้านบาท หรือน้อยกว่า	12 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
	การพิมพ์และการผลิตสื่อ		8 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
	การผลิตวัสดุทางการแพทย์ และเภสัชกรรม		12 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
	การผลิตผลิตภัณฑ์แร่ที่ไม่ใช่โลหะ		8 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
	การผลิตเครื่องมือแพทย์ เครื่องมือวัด เลนส์ และนาฬิกา		
	การผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ		
น้ำ, น้ำเสียและการกำจัดของเสีย, การรีไซเคิล (ไม่รวมน้ำประปา)		80 พันล้านบาท หรือน้อยกว่า	5 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
การขนส่งและคลังสินค้า			8 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
ข้อมูลและการสื่อสาร			5 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
การซ่อมเครื่องจักรและอุปกรณ์อุตสาหกรรม		60 พันล้านบาท หรือน้อยกว่า	1 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
บริการวิชาชีพวิทยาศาสตร์และบริการด้านเทคนิค			3 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ การสนับสนุนธุรกิจ และบริการให้เช่า (ไม่รวมธุรกิจให้เช่า)			3 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
บริการด้านสุขภาพและสวัสดิการสังคม			1 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
ศิลปะ กีฬาและบริการสันทนาการ			3 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
การซ่อมแซมและบริการส่วนบุคคลอื่น ๆ			1 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
ที่พักอาศัยและร้านอาหาร			1 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
การเงินและการประกันภัย		40 พันล้านบาท หรือน้อยกว่า	8 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์			3 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
ธุรกิจสินเชื่อ			3 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า
บริการด้านการศึกษา			1 พันล้านบาทหรือน้อยกว่า

ที่มา: Ministry of SMEs and Startups.

2.2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem)

2.2.1 แบบจำลอง Ecosystem ที่เอื้อต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 7 แบบจำลอง ดังนี้

คำว่า Ecosystem (ปัจจัยแวดล้อมหรือระบบนิเวศ) ถูกเริ่มใช้นอกสาขาชีววิทยาโดย James Moore ในผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ลงใน Harvard Business Review ปี ค.ศ. 1993² กล่าวว่า บริษัทเป็นส่วนหนึ่งของ ปัจจัยแวดล้อมธุรกิจ (Business Ecosystem) ซึ่งได้อธิบายไว้ว่าปัจจัยแวดล้อมธุรกิจนั้น จะทำให้เกิด สภาพแวดล้อมที่มีการเกื้อกูลและแข่งขันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ส่งเสริมให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภค และจะผลักดันให้เกิดนวัตกรรมเป็นวัฏจักรต่อไป

จากผลงานวิจัยที่มากขึ้นทำให้หน่วยงานภาครัฐในหลาย ๆ ประเทศเริ่มให้ความสนใจแนวคิด ในการสร้าง Ecosystem เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้เกิดการพัฒนาคอนเซ็ปต์และทฤษฎีเพื่อให้ เข้าใจถึงปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Ecosystem) จากหลากหลายนักวิจัยและหน่วยงาน Manson C. และ Brown R. (2013) ได้ให้คำนิยามของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการว่าเป็นกลุ่มของ “Entrepreneurial Actors” หรือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (ทั้งที่มีอยู่แล้ว และที่มีศักยภาพ) “Entrepreneurial Organizations” หรือ องค์กรผู้ประกอบการ (เช่น บริษัท ผู้ร่วมทุน ตัวแทนธุรกิจ และธนาคาร) “Institutions” หรือ หน่วยงาน (เช่น มหาวิทยาลัย หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการเงิน) และ “Entrepreneurial Processes” หรือ กระบวนการของผู้ประกอบการ (เช่น อัตราการเกิดของธุรกิจ จำนวนบริษัทที่เติบโตสูง และความต้องการ ในการเติบโตของผู้ประกอบการ) ซึ่งเชื่อมโยงกันอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อเชื่อมต่อเป็นสื่อกลาง และควบคุมประสิทธิภาพการทำงานภายในสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการในพื้นที่

การศึกษาปัจจัยแวดล้อมของผู้ประกอบการนั้นถูกนำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาธุรกิจ MSME เพื่อเพิ่มการจ้างงานและลดความเหลื่อมล้ำในหลายประเทศ และยังคงถูกใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ศักยภาพของปัจจัยแวดล้อมเพื่อวางแผนการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบกิจการ MSME ต่อไป โดยกรอบแนวคิดปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการมีหลายโมเดลที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ทราบว่าปัจจัยแวดล้อม ผู้ประกอบการควรประกอบด้วยปัจจัยใดบ้างที่จะทำให้ปัจจัยแวดล้อมประสบความสำเร็จ ซึ่งมีแบบจำลอง ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ/ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ มีดังต่อไปนี้

² Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. Harvard business review, 71(3), 75-86

1) แบบจำลองบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ (The Entrepreneurial Personality Model)³

กรอบแนวคิด “บุคลิกภาพของผู้ประกอบการ” กล่าวว่าปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ ประกอบด้วยผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ สภาพแวดล้อมที่ผู้ประกอบการมีอยู่ และสถานการณ์ตลาดในขณะนั้น โดยผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในแนวคิดของ Valdez (1998) ถูกนิยามไว้ว่าเป็นบุคคลที่มีความสามารถด้านการศึกษา มีความเต็มใจที่จะรับความเสี่ยงและมีความสามารถรับมือเหตุการณ์ไม่คาดฝัน รู้จักการใช้ประโยชน์จากโอกาสและทรัพยากรทางการเงินที่มีอยู่ กรอบแนวคิดนี้อ้างอิงไปถึงการศึกษาของ Bruno A. V. และ Tyebjee T. T. (1982) ซึ่งวางองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการไว้ ดังตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6: องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ

ความพร้อมของเงินทุน	สภาพความเป็นอยู่ที่น่าดึงดูด
ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ	ความใกล้ชิดกับมหาวิทยาลัย
กำลังแรงงานที่มีทักษะทางเทคนิค	ความพร้อมของที่ดินและสิ่งอำนวยความสะดวก
การเข้าถึงผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า	การเข้าถึงระบบขนส่ง
การเข้าถึงผู้บริโภค	ประชากรที่พร้อมรับสิ่งใหม่
นโยบายของรัฐที่เป็นประโยชน์	ความพร้อมของบริการสนับสนุน

2) แบบจำลองกระบวนการของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Process Model)⁴

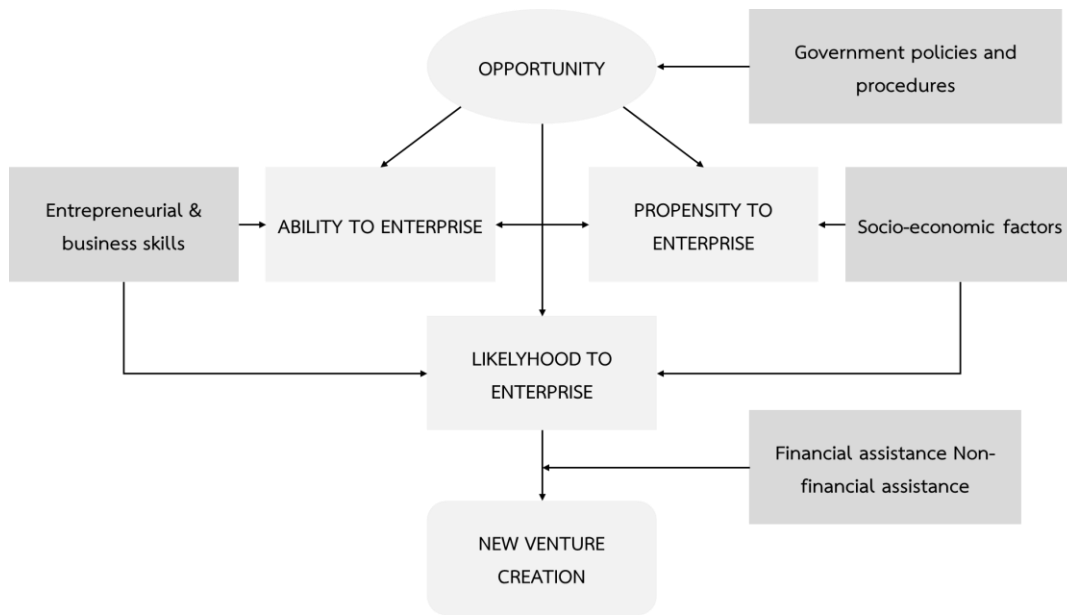
กรอบทฤษฎี “แบบจำลองกระบวนการของผู้ประกอบการ” จำแนกปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมออกเป็น 5 มิติ และเชื่อมโยงกับองค์ประกอบหลัก 5 ด้าน โดย Gnyawali และ Fogel กล่าวว่า การประกอบกิจการที่เกิดขึ้นแล้ว ต้องได้รับการสนับสนุนจากปัจจัยแวดล้อม ได้แก่

- (1) นโยบายและขั้นตอนการดำเนินงานของรัฐบาล
- (2) สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม
- (3) ทักษะการประกอบการและการประกอบธุรกิจ
- (4) ความช่วยเหลือทางการเงิน
- (5) ความช่วยเหลือนอกเหนือจากทางการเงิน

³ Valdez J., 1998; Bruno A. V. และ Tyebjee T. T., 1982

⁴ Gnyawali และ Fogel. (1994)

ภาพที่ 2.2: แบบจำลองกระบวนการของผู้ประกอบการ



ที่มา: Gnyawali และ Fogel. (1994).

3) แบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Ecosystem Model)⁵

แบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Isenberg เป็นแบบจำลองที่ได้รับการยอมรับและนำมาใช้ประกอบการพัฒนากิจการ SME ในประเทศมากที่สุด โดยได้นำเสนอปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการประกอบด้วย 6 มิติ และ 12 องค์ประกอบที่สำคัญ ดังภาพที่ 2.3 และมีรายละเอียดในแต่ละมิติและองค์ประกอบ ดังตารางที่ 2.7

⁵ Isenberg D., (2010, 2011)

ภาพที่ 2.3: ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Isenberg



ที่มา: Isenberg, D. (2011).

ตารางที่ 2.7: มิติหลักและความสำคัญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ

มิติหลักและองค์ประกอบ	ความสำคัญ
ด้านนโยบาย (ความเป็นผู้นำ, รัฐบาล)	นโยบายของรัฐบาลเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเร่งหรือชะลอการเติบโตทางธุรกิจ โดยจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ มิตินี้ประกอบด้วยนโยบายที่ส่งเสริมการเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจ ผลประโยชน์ทางด้านภาษี ข้อกฎหมาย รวมไปถึงโครงสร้างทางกายภาพ เช่น โครงสร้างพื้นฐานที่เข้าถึงได้ การสื่อสารโทรคมนาคม และระบบขนส่งที่เกี่ยวข้อง
ด้านการเงิน (เงินทุน)	เงินทุนมีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจจากการเป็นทรัพยากรหลักที่ใช้เพื่อการจ้างงาน เช่าซื้ออุปกรณ์ และเพื่อลงทุนด้านการตลาดและการขาย การมีเงินทุนที่มากพอจะทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตไปได้ในอนาคต แหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจมีหลายแห่ง เช่น จากครอบครัว นักลงทุน ภาคเอกชน การร่วมทุน และการกู้ยืม โดยยังสามารถเข้าถึงทรัพยากรทางการเงินได้มากเท่าไรธุรกิจยิ่งมีโอกาสเติบโตได้มากขึ้นเท่านั้น

มิติหลักและองค์ประกอบ	ความสำคัญ
ด้านวัฒนธรรม (เรื่องราวความสำเร็จ, บรรทัดฐานทางสังคม)	ปัจจัยแวดล้อมของผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จนั้น มักจะมีวัฒนธรรมที่สนับสนุนผู้ประกอบการในหลาย ๆ ด้าน เช่น การยอมรับความเสี่ยงและความล้มเหลว ความต้องการเป็นเจ้าของกิจการ เรื่องราวความสำเร็จและต้นแบบการทำธุรกิจ รวมไปถึงมุมมองเชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ
ด้านปัจจัยสนับสนุน (โครงสร้างพื้นฐาน, ผู้ให้การสนับสนุนด้านต่าง ๆ, หน่วยงานภาคเอกชน)	ประกอบด้วยหน่วยงานหรือองค์กรที่ให้การสนับสนุนการตั้งและขยายธุรกิจ ให้คำแนะนำเฉพาะทาง เช่น ในด้านกฎหมาย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการบัญชี รวมไปถึง Incubators Accelerators และเครือข่ายผู้ประกอบการ
ด้านทุนมนุษย์ (แรงงาน, สถาบันการศึกษา)	<p>มิติด้านทุนมนุษย์ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพและปริมาณของแรงงาน ส่วนประกอบของมิตินี้ ได้แก่ ความสามารถในการบริหารแรงงาน ความสามารถทางเทคนิค ประสบการณ์ และการเข้าถึงแรงงานต่างชาติ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเร็วในการเติบโตของธุรกิจ โดยในมิตินี้ยังรวมถึงการศึกษาและการฝึกอบรมให้ความรู้ต่าง ๆ</p> <p>ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการเชื่อว่าการศึกษาจะส่งเสริมให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ และทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสและความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ การศึกษานั้นแบ่งได้เป็นระดับเตรียมอุดมศึกษามหาวิทยาลัย และโครงการฝึกอบรมเฉพาะทางของผู้ประกอบการ โดยมหาวิทยาลัยนอกจากจะส่งเสริมวัฒนธรรมในการเป็นผู้ประกอบการแล้วยังเป็นส่วนประกอบของปัจจัยแวดล้อมที่ผลิตแรงงานที่มีศักยภาพ</p>
ด้านตลาด (กลุ่มลูกค้ารายแรก, เครือข่าย)	มิติด้านตลาดประกอบด้วย ผู้บริโภคที่สนใจในผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยแวดล้อมที่มีตลาดที่เข้าถึงได้จะช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้กว้างขึ้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในมิติด้านการตลาด ได้แก่ ตลาดทั้งในและต่างประเทศ บริษัทต่าง ๆ รวมไปถึงการทำธุรกิจกับรัฐบาล

โดยแบบจำลองดังกล่าวข้างต้นเป็นไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จของ World Economic Forum (WEF) ซึ่งประกอบด้วย 6 มิติ ได้แก่ ทุนมนุษย์ การส่งเสริมด้านวัฒนธรรม การศึกษาและการฝึกอบรม ตลาด มหาวิทยาลัย รัฐบาล เงินทุน และการกำกับดูแล จึงทำให้งานวิจัยในหลายประเทศใช้โมเดลของ Isenberg และ WEF เป็นเครื่องมือในการพัฒนาออกแบบ และวิเคราะห์ศักยภาพปัจจัยแวดล้อมของ SME ในหลายประเทศ

4) ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการที่มีมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลาง (University-based Entrepreneurial Ecosystem)⁶

กรอบแนวคิด “ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการที่มีมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลาง” ถูกนิยามโดย Greene et al. (2010) ว่าเป็นวิสาหกิจที่ทำหน้าที่ในหลายมิติเพื่อสนับสนุนในการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยมีพื้นฐานจากการสอน การศึกษาวิจัย และการเผยแพร่ ในขณะที่เดียวกัน Volkman (2009) ได้ให้ความคิดเห็นว่ามหาวิทยาลัยมีความคาดหวังที่จะต้องเป็นสื่อกลางในการส่งเสริมการคิดวิเคราะห์แบบผู้ประกอบการผ่านกิจกรรมและการริเริ่มความคิดใหม่ ๆ ที่อาจจะเกินขอบเขตหน้าที่ที่วางไว้ของมหาวิทยาลัย เพื่อสนับสนุนการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอก Fetters et al. (2010) ได้พัฒนากรอบแนวคิดนี้โดยศึกษาใน 6 มหาวิทยาลัยที่สร้างปัจจัยแวดล้อมเพื่อผู้ประกอบการ เช่น Babson College,

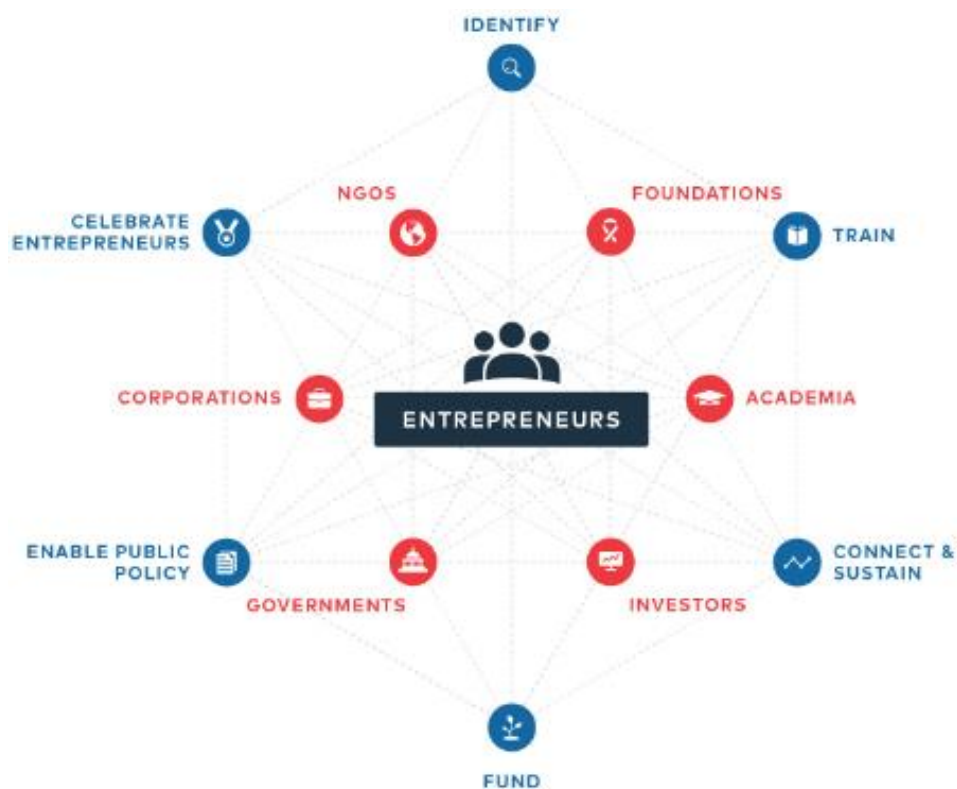
⁶ Greene et al., 2010; Volkman, 2009; Fetters et al., 2010

Singapore University และ Texas University โดยได้ข้อสรุปว่า มหาวิทยาลัยที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการได้มีการสร้างปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการที่มีมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางอย่างเต็มรูปแบบ

5) แบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Koltai (Koltai's Entrepreneurship Ecosystem Model)⁷

กรอบแนวคิดถูกพัฒนาโดย Steven Koltai ซึ่งเป็นผู้ที่สร้างและดำเนินโครงการ Global Entrepreneurship ของกระทรวงการต่างประเทศสหรัฐฯ โดยกรอบแนวคิดที่สร้างขึ้นเรียกว่า “Six + Six Model” ซึ่งถูกสร้างขึ้นเพื่อพัฒนาปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการในประเทศกานา โมเดลประกอบด้วย 6 เสาหลัก (factors) คือ Identify, Train, Connect & Sustain, Fund, Enable, Celebrate และ 6 ผู้แสดง (actors) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมของปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ NGOs, Foundation, Academia, Investors, Government และ Corporations โดยโมเดลปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Koltai ต้องพึ่งพาการปฏิสัมพันธ์ของ factors และ actors เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจและสร้างผู้ประกอบการ

ภาพที่ 2.4: โมเดลปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Koltai



ที่มา: Koltai, S. and Muspratt, M. (2016).

⁷ Koltai, S. and Muspratt, M. (2016).

6) แพลตฟอร์มหลักของแบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ

(The Eight Pillars of Entrepreneurial Ecosystem Model)⁸

แพลตฟอร์มหลักของแบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ มีองค์ประกอบของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ ดังต่อไปนี้

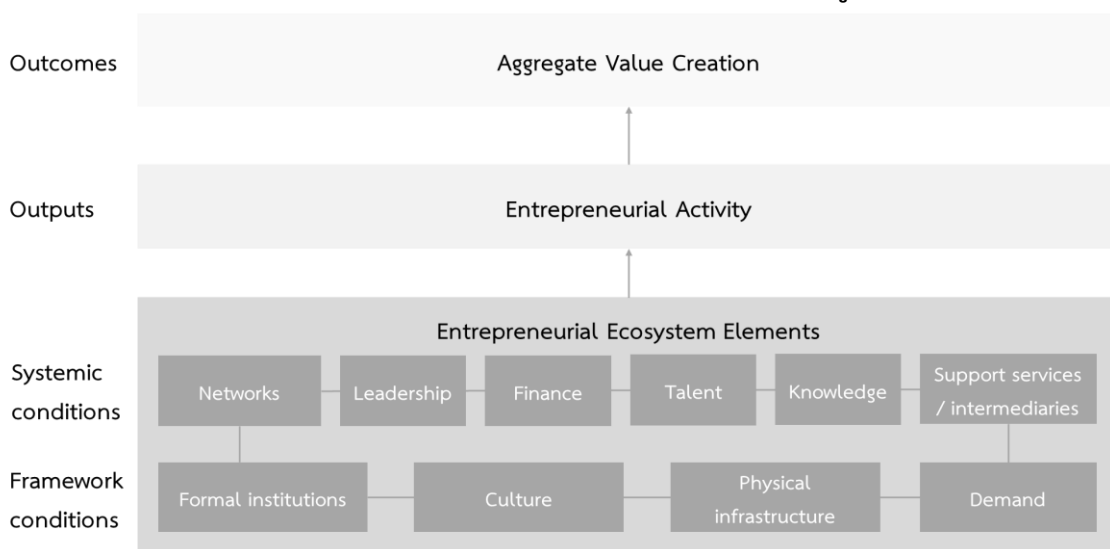
<p>ตลาดที่เข้าถึงได้ (Accessible Market)</p> <p>ตลาดในประเทศ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทขนาดใหญ่เป็นลูกค้า - บริษัทขนาดเล็กและกลางเป็นลูกค้า - รัฐบาลเป็นลูกค้า <p>ตลาดต่างประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทขนาดใหญ่เป็นลูกค้า - บริษัทขนาดเล็กและกลางเป็นลูกค้า - รัฐบาลเป็นลูกค้า 	<p>แหล่งทุนมนุษย์ (Human Capital Source)</p> <p>ความสามารถในการจัดการ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสามารถทางเทคนิค - ประสบการณ์ของบริษัทผู้ประกอบการ - การจัดจ้างงานจากภายนอก - การเข้าถึงกำลังแรงงานต่างชาติ
<p>กองทุนและการเงิน (Funds and Finance)</p> <ul style="list-style-type: none"> - เพื่อนและครอบครัว - Angel Investors - Private Equity - Venture Capital - การเข้าถึงเงินกู้ 	<p>ระบบสนับสนุนและที่ปรึกษา (Support Systems and Mentors)</p> <p>ที่ปรึกษาและผู้ดูแล</p> <ul style="list-style-type: none"> - ที่ปรึกษาเฉพาะทาง - Incubators/Accelerators - เครือข่ายผู้ประกอบการ
<p>รัฐบาลและกฎระเบียบ (Government and Regulation)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความสะดวกในการเริ่มต้นธุรกิจ - สิทธิประโยชน์ทางภาษี - กฎหมายและนโยบายที่เป็นมิตรต่อการทำธุรกิจ - การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐาน - การเข้าถึงการสื่อสารโทรคมนาคม - การเข้าถึงระบบขนส่ง 	<p>การศึกษาและการฝึกอบรม (Education and Training)</p> <p>กำลังแรงงานระดับเตรียมอุดมศึกษา</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำลังแรงงานที่มีการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย - การฝึกอบรมผู้ประกอบการโดยเฉพาะ
<p>มหาวิทยาลัยสำคัญเป็นตัวเร่ง (Major Universities as Catalysts)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมและให้คุณค่าวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการ - มีบทบาทในการสร้างแนวคิดใหม่ในการธุรกิจ - การอบรมพัฒนาผู้ประกอบการเฉพาะเรื่อง 	<p>การสนับสนุนทางวัฒนธรรม (Cultural Support)</p> <p>ระดับการยอมรับความเสี่ยงและความล้มเหลว</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความชอบในการเป็นเจ้าของธุรกิจ - เรื่องราวความสำเร็จ / ตัวอย่างความสำเร็จ - วัฒนธรรมการวิเคราะห์และวิจัย - ภาพลักษณ์เชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการ - การให้คุณค่ากับสิ่งที่ค้นพบใหม่ (Innovation)

⁸ Foster et al., 2013

7) แบบจำลองปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Stam (Stam's Entrepreneurship Ecosystem Model)⁹

ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการที่ออกแบบโดย Erik Stam มีองค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบ คือ เงื่อนไขกรอบ (Framework Condition) เงื่อนไขของระบบ (System Condition) ผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) ซึ่งองค์ประกอบหลักของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ ได้แก่ 1) Framework Condition และ 2) System Condition โดย 1) *Framework Condition* ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ก) สถาบันที่เป็นทางการ ข) วัฒนธรรม ค) โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ และ ง) อุปสงค์ความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ (สินค้าและบริการ) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นความต้องการพื้นฐานที่จำเป็นในการสร้างมูลค่าในปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ และ 2) *System Condition* ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกิจกรรมของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่ ก) เครือข่ายผู้ประกอบการ ข) ความเป็นผู้นำ ค) การเงิน ง) ความสามารถ จ) ความรู้ และ ฉ) บริการสนับสนุนหรือตัวกลาง โดยองค์ประกอบทั้งหมดประกอบกันทำให้เกิดผลผลิตจากกิจกรรมที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการ

ภาพที่ 2.5: องค์ประกอบการสร้างผลลัพธ์ผลกระทบปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของ Stam



ที่มา: Stam A. (2015).

จะเห็นได้ว่า แนวคิดทฤษฎี/แบบจำลองดังกล่าวข้างต้น เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ/ปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ โดยภาพรวม เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการประกอบกิจการ MSME สำหรับแนวคิดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อ SME ในรูปแบบของคลัสเตอร์ และตัวอย่างของประเทศโอมาน รวมทั้งปัจจัยธุรกิจในยุคดิจิทัล จะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

⁹ Stam, E. (2015).

2.2.2 แนวคิดและงานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อ SME ประกอบด้วย 2 แนวคิด ดังนี้

1) แนวคิดการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์¹⁰

จากงานศึกษาของทีมวิจัย LEED ภายใต้ OECD ร่วมกับกระทรวงการเศรษฐกิจเนเธอร์แลนด์ (Dutch Ministry of Economic Affairs) โดยศาสตราจารย์คอลิน เมสัน (Prof. Colin Mason) และ ดร.รอส บราวน์ (Dr. Ross Brown) มีแนวคิดต่อการศึกษาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่เอื้อต่อ SMEs มาจากการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากการกระจุกตัวของผู้ประกอบการภายในห่วงโซ่มูลค่าธุรกิจ รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทุกราย อาทิ ภาครัฐผู้กำหนดนโยบาย สถาบันวิจัยผู้ช่วยด้านการวิจัยและพัฒนา และมหาวิทยาลัยผู้สร้างแรงงานฝีมือเข้าสู่คลัสเตอร์ เป็นต้น

ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งเสริมให้ SMEs เติบโต

ผู้กำหนดนโยบายไม่สามารถเป็นผู้สร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมให้ SMEs เติบโตได้ แต่สามารถเป็นผู้กระตุ้นและเตรียมการให้สิ่งต่าง ๆ เกิดขึ้นได้ล่วงหน้า (Pre-Conditions) เช่น การส่งเสริมการลงทุนในสาขาธุรกิจที่ต้องการให้เกิดเพื่อเอื้อต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยี และเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ ให้ภาคธุรกิจมีความแข็งแกร่งด้วยองค์ความรู้ บุคลากร และสามารถเติบโตได้ด้วยตนเอง (Self-Sustain)

ปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของ SMEs มีความเฉพาะทางในแต่ละสาขาธุรกิจ และมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในการศึกษาข้างต้นนี้จึงไม่ได้ศึกษาเชิงลึก แต่ศึกษาอย่างครอบคลุมเพื่อชี้ประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อการเติบโตของแต่ละลักษณะธุรกิจ อันเป็นประโยชน์ต่อการนำไปศึกษาเฉพาะเชิงลึกต่อไป

ศาสตราจารย์คอลิน เมสัน และ ดร.รอส บราวน์ เน้นการศึกษากับธุรกิจที่มีการเติบโตสูง (High Growth Firms: HGFs) เพื่อตอบโจทย์ของ OECD โดยพบว่าลักษณะ 6 ประการ ของ HGFs คือ

1. HGFs ไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่
2. HGFs ไม่จำกัดเฉพาะในสาขาเทคโนโลยีขั้นสูง
3. มหาวิทยาลัยไม่ได้เป็นปัจจัยหลักต่อการเกิดของ HGFs
4. มี HGFs เพียงบางรายเท่านั้น ที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนรวม (Venture Capital-backed)
5. การเติบโตของ HGFs ไม่คงเส้นคงวา การเติบโตมีการขาดช่วง (Episodic)
6. HGFs ไม่สามารถเติบโตได้ด้วยตัวเอง

การสร้างระบบนิเวศเพื่อ SMEs กลุ่ม HGFs ของผู้กำหนดนโยบายสามารถ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม

1. การสร้างผู้ประกอบการภายในระบบนิเวศ (Entrepreneurial Actors within Ecosystems)

การสร้างผู้ประกอบการแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ 1) การสร้างโดยรัฐบาล ผู้กำหนดนโยบายจะกำหนดว่าจะให้ธุรกิจใดเติบโตเพื่อเตรียมการช่วงก่อน Startup ช่วง Startup และภายหลัง Startup โดยให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ในการบ่มเพาะธุรกิจ (Incubation) เช่น การให้คำปรึกษา การสร้างเครือข่าย และการเงิน เป็นต้น และ 2) การสร้างโดยภาคเอกชน ซึ่งเน้นการแบ่งปันองค์ความรู้ระหว่างกัน

¹⁰ Mason, C.& Brown, R. (2013).

2. การสร้างทรัพยากรสนับสนุนผู้ประกอบการภายในระบบนิเวศ

(Entrepreneurial Resource Providers within Ecosystems)

การพัฒนาองค์กร/สถาบันต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยเฉพาะทรัพยากรด้านการเงิน ธนาคาร กลุ่มแองเจิล (Angel Group) และธุรกิจร่วมลงทุน (Venture Capital Firms) ทั้งนี้มีข้อแตกต่างจากส่วนแรกคือ เป็นการเงินเพื่อการเติบโตของธุรกิจ โดยมุ่งสร้างตลาดการเงินที่มีประสิทธิภาพให้กับผู้ประกอบการ หรือเป็นตัวกลาง (Deal-Maker) เพื่อการร่วมลงทุน (Entrepreneurial Ventures)

3. การสร้างการเชื่อมต่อระหว่างระบบนิเวศ

(Entrepreneurial Connectors within Ecosystems)

ส่งเสริมให้มีการเชื่อมต่อระหว่างส่วนประกอบต่าง ๆ ภายในระบบนิเวศ ซึ่งมีหลากหลายวิธีการสร้างกิจกรรมเครือข่าย เช่น เครือข่ายสถาบัน (Networking Organisations) สโมสรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Clubs) กลุ่มธุรกิจภายในห่วงโซ่มูลค่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ หรือสมาคมวิชาการต่าง ๆ เป็นต้น

4. การสร้างทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation with Ecosystems)

ศาสตราจารย์คอลิน เมสัน และ ดร. รอส บราวน์ สรุปไว้ว่า วัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบางอย่างก็สามารถส่งผลต่อการสร้างผู้ประกอบการเช่นกัน เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม จากกรณีตัวอย่างประเทศสิงคโปร์ มีค่านิยมในการทำงานร่วมกับบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ (Large Multinationals) ผลลัพธ์คือ Startup ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ในสิงคโปร์เป็นของชาวต่างชาติ

ปัจจัยที่เกื้อหนุนการสร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ธุรกิจที่รัฐบาลส่งเสริม เช่น High Growth Start-Up Unit (HGSU) ประเทศสกอตแลนด์ ซึ่งได้ส่งเสริมกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพสูงและอยู่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่ง HGSU อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรสาธารณะ เช่น ค่าปรึกษา สร้างเครือข่าย แนะนำนวัตกรรม และการเงิน เป็นต้น ทั้งนี้ โดยส่วนใหญ่ส่งเสริมโดยใช้มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางประสานงาน และ 2) ธุรกิจที่แข็งแรงได้ด้วยตัวเอง เป็นกลุ่มที่มีการกระจุกตัวของผู้ประกอบการภายในห่วงโซ่มูลค่า เช่น ซิลิคอน วาลเลย์ (Start-up มากกว่า 500 ราย) Techstars เมืองบอสตัน และ NYC Seedstart เมืองนิวยอร์ก เป็นต้น ซึ่งการกระจุกตัวส่งผลต่อความสำเร็จในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการพัฒนาธุรกิจมากกว่าส่งผลต่อการช่วยเหลือด้านการเงินระหว่างกัน

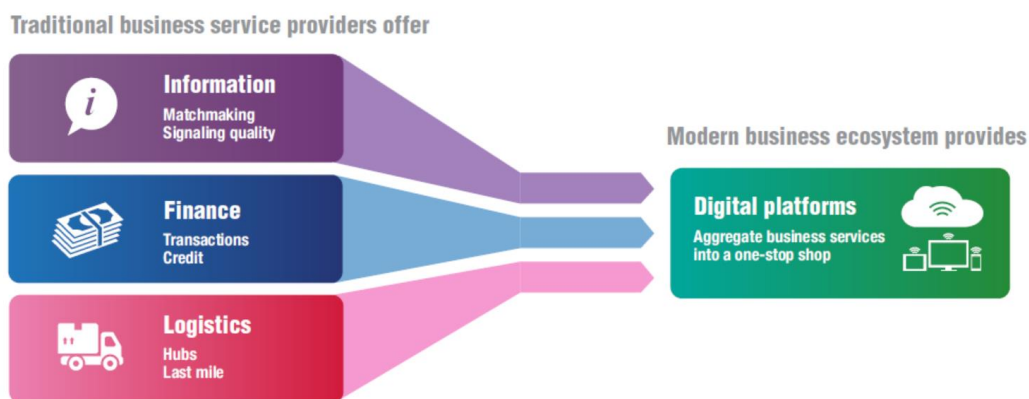
ศาสตราจารย์คอลิน เมสัน และ ดร. รอส บราวน์ ได้ให้ข้อพึงระวังว่าการศึกษาเป็นแบบคงที่ (Static) โดยไม่ได้พิจารณาที่มา (Origins) ตัวเร่ง (Stimulus) หรือการเติบโตที่เกิดขึ้นจากธุรกิจเอง โดยมีข้อเสนอแนะคือ ควรมีการประเมินข้อดีและข้อเสียของแต่ละสาขาธุรกิจเป็นการเฉพาะ เพื่อที่จะสามารถออกแบบนโยบายส่งเสริม สามารถแทรกแซงได้อย่างเหมาะสม ออกแบบการติดตามและการวัดผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ บอกได้ว่าต้องวัดจากอะไร เครื่องมือและวิธีการอย่างไร และสามารถสืบข้อมูลได้ถึงระดับพื้นที่ตามความเหมาะสมของสาขาธุรกิจ

2) แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจในยุคดิจิทัล

1. ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจสมัยใหม่¹¹

ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจในยุคดิจิทัล (Business Ecosystems for the Digital Age) โดยกล่าวถึงการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็น Advanced Robotics, 3D-Printing, Big Data และ Internet of Things ส่งผลให้ธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานไปอย่างรวดเร็ว หรือเรียกว่าเป็นยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมหรือการปฏิวัติ 4.0 การสร้างปัจจัยแวดล้อมที่ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับ SMEs ในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง หาก SMEs มีการเชื่อมต่อกับโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล (Physical and Digital Infrastructure) รวมถึงมีปัจจัยแวดล้อมที่ดีจึงจะช่วยให้สามารถแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล

ภาพที่ 2.6: ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจสมัยใหม่



ที่มา: International Trade Centre. (2018). Business Ecosystem for the Digital Age.

การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ¹² เข้ามาใช้ นั้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ 3 ด้าน ได้แก่ ข้อมูล การเงิน และโลจิสติกส์ นำไปสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างแพลตฟอร์มที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ขายและผู้ซื้อติดต่อถึงกันได้ ในหลายธุรกิจทั่วโลก ทั้งในการซื้อขายสินค้าและการให้บริการแบบครบวงจร ปัจจัยสำคัญในการปฏิวัติหรือแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งก็คือ สื่อกลางออนไลน์ที่ช่วยให้ผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้ให้บริการ สามารถติดต่อเชื่อมโยงและได้รับผลประโยชน์จากการเข้าถึงเครือข่าย เช่น การลดต้นทุนในการเก็บสินค้าและการจัดการข้อมูล ความสะดวกรวดเร็วในการซื้อขายและการชำระเงิน ซึ่งสามารถโอนเงินผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทันที เป็นต้น โดยส่วนมากการที่ SMEs จะได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล จำเป็นต้องมีเครือข่ายเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและระบบการขนส่งที่ดี นั่นคือระบบ ICT และระบบโลจิสติกส์ ทั้งนี้ แพลตฟอร์มที่เหมาะสมย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละธุรกิจ อาจขึ้นอยู่กับโมเดลธุรกิจ ลูกค้าและสินค้าหรือบริการของธุรกิจนั้น

¹¹ The SME Competitiveness Outlook (SMECO). (2018) จาก International Trade Centre

¹² เช่น Advanced Robotics, 3D-Printing, Big Data และ Internet of Things เป็นต้น

ภาพที่ 2.7: ปัจจัยสำหรับ Business Ecosystem 4.0
Business ecosystem 4.0
Checklist for cautious revolutionaries



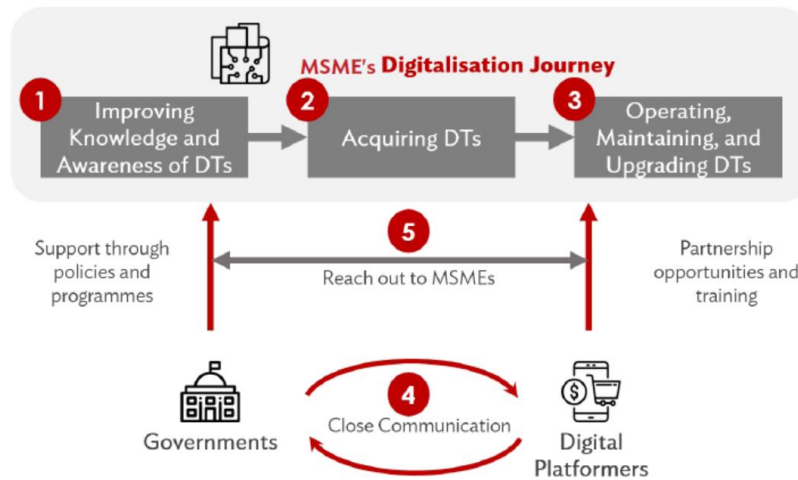
ที่มา: International Trade Centre. (2018). Business Ecosystem for the Digital Age.

ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจในยุคดิจิทัล (Business Ecosystem 4.0) ที่ SMEs จำเป็นต้องคำนึงถึง 4 ประการ ได้แก่ 1) ให้ความสำคัญกับข้อมูลและเทคโนโลยี 2) สร้างพันธมิตรที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม 3) ยอมรับความเสี่ยงที่สามารถประเมินได้ 4) ทำให้เกิดความไว้วางใจ โดยแต่ละธุรกิจนั้นจะมีแพลตฟอร์มและแผนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจนั้น

2. การพัฒนาธุรกิจ MSME โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (MSME's Digitalization Journey)

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ได้มีการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการสนับสนุนการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาธุรกิจของ MSME โดยการศึกษาค้นพบว่าธุรกิจ MSME ในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ร้อยละ 56 ของกลุ่มตัวอย่างมีการใช้เทคโนโลยีเบื้องต้น เช่น มีการใช้ คอมพิวเตอร์ หรือ โทรศัพท์ส่วนตัว สามารถใช้ Microsoft Office และ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้ ร้อยละ 34 อยู่ในระดับกลาง สามารถเข้าถึง Website Social media และ e-commerce มีเพียงร้อยละ 10 ของธุรกิจ MSME ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และนาระบบดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในแผนหลักในการดำเนินธุรกิจ เช่น ERP Big Data การดำเนินธุรกิจออนไลน์เต็มรูปแบบ มีการตั้งเซิร์ฟเวอร์ หรือใช้งานเครื่องอ่านบัตรเครดิต จากผลสำรวจทำให้ ASEAN ได้ทราบถึงปัญหาและปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจ MSME นำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน โดยมีขั้นตอนการพัฒนาและอุปสรรค ดังแสดงในภาพที่ 2.8

ภาพที่ 2.8: MSME's Digitalization Journey



ที่มา: ASEAN. (2019).

อุปสรรคในการผลักดันให้ MSME นำเทคโนโลยีมาช่วยในการประกอบกิจการนั้น แบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. มีความรู้ด้านระบบดิจิทัลที่จำกัด
2. ความไม่เต็มใจที่จะเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจ
3. ขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ด้านระบบดิจิทัล
4. การทำงานร่วมกันระหว่างรัฐบาลและแพลตฟอร์มดิจิทัล
5. ความยากในการสื่อสารกับ MSME ที่ต้องการการสนับสนุน

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงได้เสนอแนะให้หลายภาคส่วนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สนับสนุนการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่จะทำให้ธุรกิจ MSME เข้าถึงและนำเทคโนโลยีมาประกอบการทำธุรกิจในอนาคต

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่ามี 7 ประเด็นหลักที่จำเป็นในปัจจัยแวดล้อม มีรายละเอียดและความสำคัญดังที่แสดงในตารางที่ 2.8 โดยองค์ประกอบที่เหมาะสมในแต่ละประเด็นหลักจะแตกต่างกันออกไปตามประเภท รูปแบบ และช่วงอายุของธุรกิจ ทำให้ต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องขององค์ประกอบที่เหมาะสมต่อปัจจัยแวดล้อมของ MSE ซึ่งจะมีการดำเนินการในขั้นตอนการศึกษาต่อไป

ตารางที่ 2.8: สรุปการทบทวนวรรณกรรมตามองค์ประกอบของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการ

ลำดับ	ประเด็นหลัก	องค์ประกอบ
1	ด้านนโยบาย (Policy) นโยบายของรัฐบาลเป็นปัจจัยที่จะเร่งหรือชะลอการเติบโตทางธุรกิจ โดยมีความสำคัญในการอำนวยความสะดวกและผลักดันการประกอบธุรกิจ	รัฐบาล (Government) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • หน่วยงานรัฐ • กรอบการกำกับดูแล • กฎหมาย

ลำดับ	ประเด็นหลัก	องค์ประกอบ
2	ด้านการเงิน (Finance) แหล่งเงินทุนมีความสำคัญในการเป็นทรัพยากรที่กำหนดการเข้าถึงทรัพยากรหลักในการประกอบธุรกิจ เช่น ที่ดิน วัตถุดิบ รวมไปถึงทุนมนุษย์	เงินทุน (Financial Capital) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • Micro-loans • Angel investors • เงินทุนส่วนบุคคล • กองทุน/เงินให้กู้ยืม
3	ด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) ด้านทุนมนุษย์มีความสำคัญในด้านคุณภาพและปริมาณของแรงงานซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ	แรงงาน (Labor) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • แรงงานที่มีทักษะ/ไม่มีทักษะ • การเข้าถึงแรงงานต่างชาติ สถาบันการศึกษา (Educational Institutions) เช่น <ul style="list-style-type: none"> • มหาวิทยาลัย • การฝึกอบรมผู้ประกอบการโดยเฉพาะ
4	ด้านปัจจัยสนับสนุน (Support) ด้านปัจจัยสนับสนุน คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีบทบาทสนับสนุนเฉพาะทาง ซึ่งให้ความช่วยเหลือทั้งในด้าน การวิเคราะห์ธุรกิจ ให้คำแนะนำในการแก้ปัญหา ถ่ายทอดความรู้เฉพาะทาง รวมไปถึงโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ	หน่วยงานภาคเอกชน (Non-government Institutions) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • องค์กรส่งเสริมผู้ประกอบการที่ไม่แสวงหากำไร • สมาคม ผู้ให้การสนับสนุนเฉพาะทาง (Support Professions) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย • ที่ปรึกษาด้านการบัญชี • Investment Banking โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • โทรคมนาคม • การขนส่ง/โลจิสติกส์ • คลัสเตอร์/Co-working space
5	ด้านวัฒนธรรม (Culture) บรรทัดฐานของสังคมเป็นส่วนหนึ่งที่กำหนดการเติบโตของธุรกิจ โดยธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ มักเกิดจากผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยงและทรัพยากร	บรรทัดฐานของสังคม (Societal Norms) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • ระดับการยอมรับความเสี่ยง ความผิดพลาด และความล้มเหลว • ประสบการณ์ของผู้ประกอบการในการแก้ปัญหาและการใช้โอกาสให้เกิดประโยชน์
6	ด้านตลาด (Market) ด้านการตลาดเป็นด้านที่มีความสำคัญจากการเป็นพื้นที่ในการนำเสนอสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ รวมไปถึงการทำธุรกิจระหว่างบริษัทรายใหญ่หรือรัฐบาลที่ทำให้เกิดการเข้าถึงเงินทุนและห่วงโซ่มูลค่า	กลุ่มลูกค้ารายแรก (Early Customers) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • ผู้ใช้เริ่มแรกที่ลองใช้สินค้า/บริการ • ช่องทางการจัดจำหน่าย • ตลาดในประเทศ/ต่างประเทศ เครือข่าย (Networks) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • เครือข่ายผู้ประกอบการ • บริษัทข้ามชาติ
7	ด้านเทคโนโลยี (Technology) ส่วนสำคัญของด้านเทคโนโลยี คือ นวัตกรรมที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่งผลกระทบต่อปัจจัยแวดล้อมในหลายส่วน รวมไปถึงการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรม	เทคโนโลยี (Technology) อาทิ <ul style="list-style-type: none"> • การเข้าถึงฐานข้อมูล • การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต • E-commerce • Website/Social Media • นวัตกรรม

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

จากกรอบแนวคิดและทฤษฎีจากหลายงานวิจัยทำให้เห็นว่าปัจจัยแวดล้อมที่จะสนับสนุนผู้ประกอบการ ต้องการความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยการวางแผนสร้างปัจจัยแวดล้อมนั้น หน่วยงานภาครัฐควรคำนึงถึงการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคเอกชนร่วมด้วยเสมอ ทั้งองค์กรที่มุ่งเน้นและสนับสนุนการให้ความรู้คำแนะนำ นักลงทุนที่ให้การสนับสนุนด้านการเงิน รวมไปถึงมหาวิทยาลัยที่ให้ความรู้และสร้างวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ มีเป้าหมายในการพัฒนาธุรกิจให้เติบโต และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือกลุ่มลูกค้า ซึ่งการสร้างองค์ประกอบด้านตลาดซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป็นศูนย์กลางนั้น จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์และการสร้างเครือข่าย โดยต้องทำควบคู่กับการสร้างวัฒนธรรมในการเปิดรับต่อสินค้าและบริการ รวมไปถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างอุปสงค์และเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการ

สำหรับตัวอย่างปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของไทยและตัวอย่างต่างประเทศ ที่ดำเนินการเกี่ยวกับ Ecosystem ทั้งประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ โดยจะกล่าวถึงในส่วนถัดไป

2.3 ปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของไทยและต่างประเทศ

2.3.1 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้เห็นความสำคัญว่า การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่ดีจะเอื้อให้ผู้ประกอบการนั้นมีความสามารถในการดำเนินธุรกิจเติบโตและแข่งขันได้มากยิ่งขึ้น โดยได้มีการกำหนดไว้ในแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตั้งแต่ฉบับที่ 1 ถึง 4 ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2545-2549) เน้นการพัฒนาปรับปรุงปัจจัยแวดล้อมสำคัญ 3 ประเด็นหลัก คือ 1) การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การพัฒนาระบบฐานข้อมูลการค้าการลงทุนที่ทันสมัย การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกโดยเฉพาะในการวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพและการให้บริการเทคโนโลยี การตลาด การเงิน 2) การปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบการให้บริการภาครัฐเพื่อให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการค้าปลีก มาตรฐานการบัญชี และ 3) การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ด้วยการพัฒนาระบบการขึ้นทะเบียน SME ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่ม เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงบริการภาครัฐได้มากขึ้น

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554) เป็นการพัฒนาปัจจัยเอื้อเพื่อมุ่งในการยกระดับผลิตภาพ ความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการให้สูงขึ้น ประกอบด้วย การพัฒนาระบบเครื่องมือโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี เช่น ศูนย์บ่มเพาะอุทยานวิทยาศาสตร์ ห้องวิเคราะห์ทดสอบให้เกิดความสะดวกในการใช้บริการ การยกระดับทักษะความรู้ผู้ประกอบการและพนักงาน การพัฒนาระบบฐานข้อมูลให้สมบูรณ์และทันสมัย การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ

เข้าถึงแหล่งเงินทุนและตลาด เพิ่มประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ปรับปรุงและพัฒนาภาวะเทียบเพื่อลดอุปสรรค และเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาพื้นที่ประกอบการ เช่น การจัดตั้งพื้นที่ตามแนวชายแดนสำหรับการผลิตสินค้า ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ตลอดจนการบริหารจัดการงานส่งเสริมจากแผนสู่การปฏิบัติให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2550-2559) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและข้อมูลองค์ความรู้ การทบทวนปรับปรุงและผลักดันกฎหมาย ระเบียบ มาตรการภาษีและการใช้สิทธิประโยชน์ การยกระดับความรู้ผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการ การบริหารความเสี่ยง ธรรมชาติบริหารรวมทั้งทักษะความสามารถของบุคลากรและแรงงาน การสนับสนุนให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน อำนวยความสะดวกด้านการตลาดและโลจิสติกส์ การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ การเพิ่มประสิทธิภาพหน่วยให้บริการด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมทรัพย์สินทางปัญญา และคุณภาพมาตรฐาน

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) มีจุดเน้นให้ความสำคัญใน 3 ประเด็น คือ ประเด็นแรกเป็นพัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SME ให้มีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนาศูนย์บริการข้อมูล SME (SME One Stop Service Center) การจัดทำ SME Web Portal และคู่มือการประกอบธุรกิจ (SME Toolkit) สนับสนุนให้ SME สามารถใช้บริการจากผู้ให้บริการทางธุรกิจภาคเอกชน (Private Service Provider) พัฒนาระบบการให้บริการด้านพีเอชเอ็ม ที่ปรึกษา และนักวินิจฉัยระบบขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ (SME Registration) ระบบประเมินศักยภาพธุรกิจ SME (SME Scoring) พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลการเข้าถึงบริการและการใช้สิทธิประโยชน์ ของ SME (SME Tracking System) ประเด็นที่สอง คือ การทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์ เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME สำหรับประเด็นที่สาม มุ่งพัฒนาสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อผู้ประกอบการใหม่ที่มีศักยภาพสูง เช่น พัฒนาการศูนย์บ่มเพาะ ศูนย์ออกแบบและสร้างสรรค์ พัฒนาระบบการจัดสิทธิบัตร พัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางด้านงานวิจัยและพัฒนาและความเชี่ยวชาญของหน่วยงาน

โดยงานที่มีงานดำเนินงานด้านการพัฒนา Ecosystem ที่สำคัญมีดังนี้

งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (SME Knowledge Center)

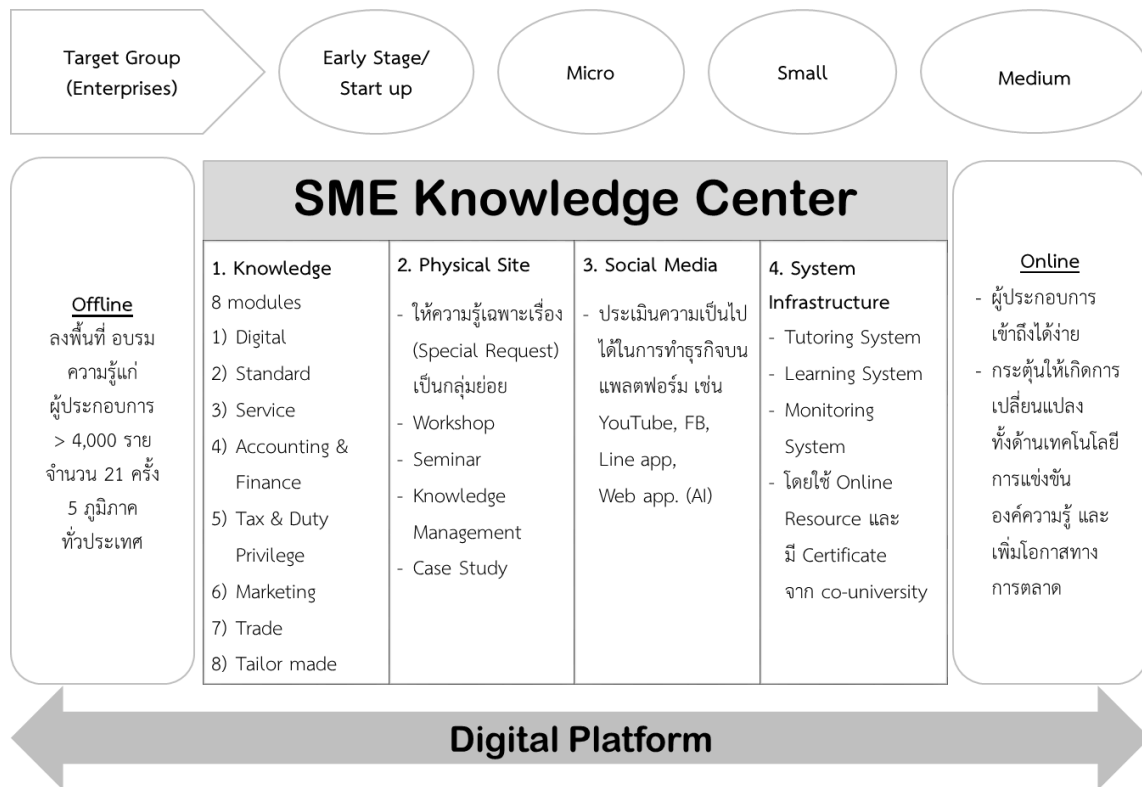
การดำเนินงานเพื่อส่งเสริม Ecosystem สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปัจจุบัน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในฐานะหน่วยงานหลักในการดำเนินงานพัฒนาส่งเสริม และสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาประสิทธิภาพและสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการสนับสนุน SME และได้ดำเนินโครงการงานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME หรือ Knowledge Center ประจำปี 2562 โดยเน้นการสร้างความตระหนักด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้กับทุกภาคส่วน เพื่อต่อยอดความเข้าใจและเพิ่มศักยภาพของ SME ให้ก้าวสู่ความสำเร็จท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกยุคดิจิทัล ด้วยกลยุทธ์ 5 หลักปฏิบัติ หรือ “SPEED” ได้แก่ S – SMART ฉลาดรอบรู้ P – Proactive ทำงานในเชิงรุก E – Efficiency ทำงานมีประสิทธิภาพ E – Exclusive มีความพิเศษเฉพาะตัว และ D – Digitalization กลยุทธ์ดังกล่าวคือการปรับกระบวนการทำงานสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นกลไกหนึ่งของการปรับเปลี่ยนตัวเอง ที่จะกระตุ้นให้ทันการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะด้านเทคโนโลยี การแข่งขัน องค์ความรู้ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดและการแข่งขัน

งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (SME Knowledge Center) มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ SME เผยแพร่องค์ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น E-book Information Clip และ Easy Pocketbook เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ SME โดยดำเนินการแบบองค์รวมทั้งแบบออนไลน์ (Online) ที่กลุ่มผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่าย ควบคู่ไปกับการดำเนินการแบบออฟไลน์ (Offline) หรือการลงพื้นที่ดำเนินการอบรมความรู้แก่ผู้ประกอบการทั่วประเทศ อย่างน้อย 4,000 ราย จำนวน 21 ครั้ง แบ่งเป็น 6 เขตทั่วประเทศ ได้แก่ ภาคเหนือ (เชียงใหม่ เชียงราย อุตรดิตถ์) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขอนแก่น หนองคาย นครราชสีมา อุบลราชธานี ศรีสะเกษ) ภาคตะวันออก (ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา) ภาคตะวันตก (กาญจนบุรี ราชบุรี) ภาคใต้ (สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช สงขลา) และภาคกลาง (กรุงเทพมหานคร อยุธยา สุพรรณบุรี นครสวรรค์ พิษณุโลก)

งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (SME Knowledge Center) จะแบ่งออกเป็น 4 ด้านที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ ดังนี้

1. คลังข้อมูล (Knowledge) องค์ความรู้แบ่งเป็น 8 โมดูล ประกอบด้วย ด้านดิจิทัล การบริการ การตลาด การค้า สิทธิประโยชน์ทางภาษี บัญชีการเงิน และการจัดองค์ความรู้เฉพาะกลุ่ม (Tailor Made) SME Knowledge Center ได้สรรหาเนื้อหาที่เจาะเฉพาะในแต่ละกลุ่มผู้ประกอบการ ตั้งแต่ Micro, Early Stage/Startup, Small, และ Medium Enterprises. ทำให้การได้รับรายละเอียดในสิ่งที่ใช่ของแต่ละกลุ่มมีมากขึ้น ตลอดระยะเวลา 8 เดือน SME Knowledge Center จะผลิตองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่กระชับและเข้าใจง่ายเพื่อ SME แต่ละกลุ่ม
2. การจัดตั้งส่วนบริการ (Physical Site) ที่จะมีการจัดที่ปรึกษาให้คำปรึกษาต่อสัปดาห์ หรือการให้ความรู้เป็นกลุ่มย่อยตามเวลานัดหมาย โดยรูปแบบการนำเสนอ ประกอบด้วย กรณีศึกษา การบริหารจัดการจัดการความรู้ การทำ Workshop ทดสอบศักยภาพ และการประชุมสัมมนา
3. โซเชียลมีเดีย (Social Media) การประเมินความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบนแพลตฟอร์ม เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป ทั้งสามส่วนนี้ จะดำเนินการในเฟสแรก
4. ระบบจัดการโครงสร้าง (System Infrastructure) เป็นการดำเนินงานในเฟสที่ 2 โดยดำเนินการทั้งการจัดการความเหมาะสมของผู้สอนต่อผู้ประกอบการนั้น การจัดการผู้เรียน ระบบการติดตามผล และระบบจัดการหลักสูตร ที่จะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการ ว่าอยู่ในขั้นตอนการทำธุรกิจระดับแรกเริ่ม ระดับปกติ หรือระดับเข้มแข็ง

ภาพที่ 2.9: SME Knowledge Center

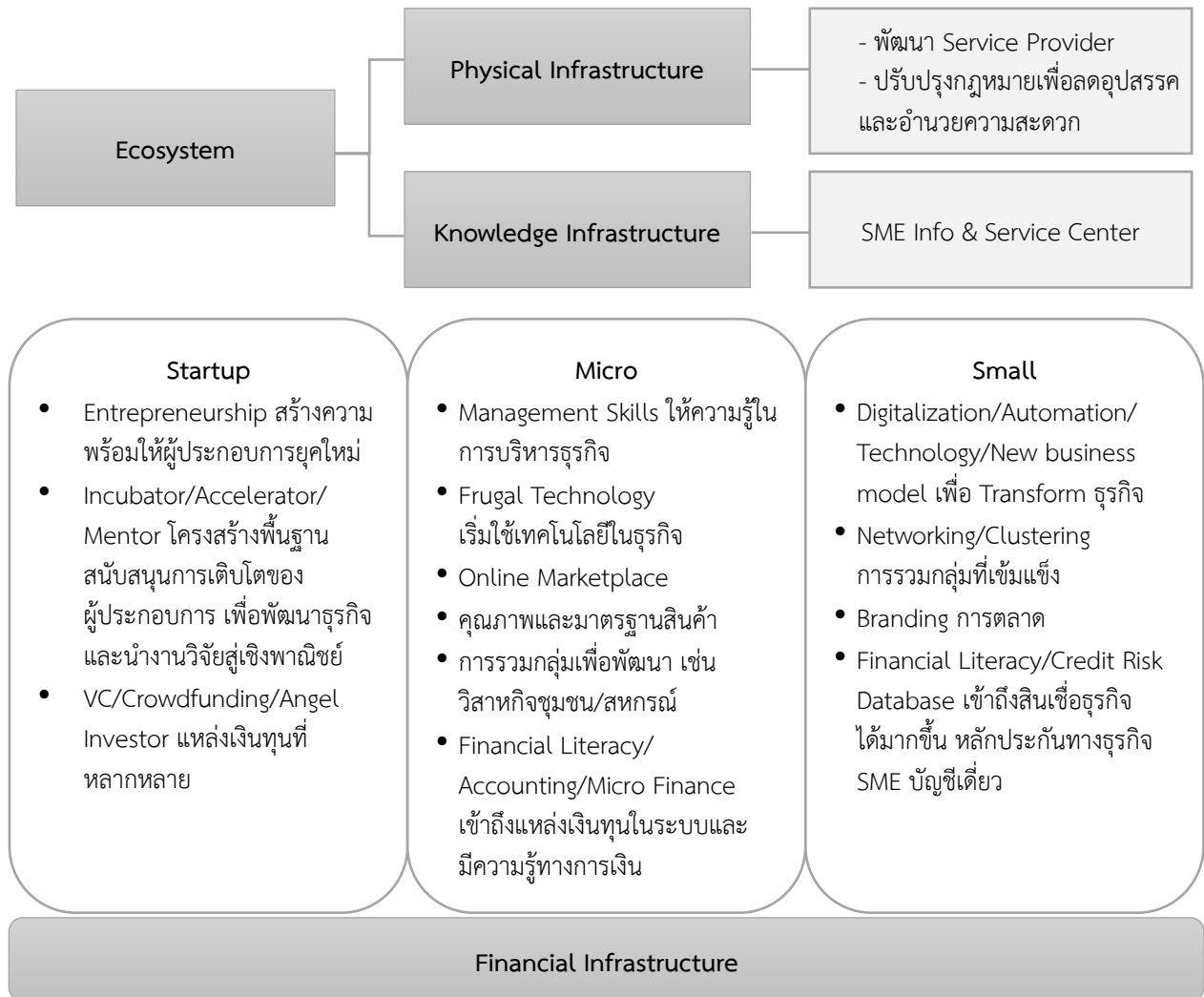


ที่มา: มุลนิธิ สวค.¹³

คลังข้อมูลองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการ หรือ SME Knowledge Center นี้ จะเป็นศูนย์รวมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือให้คำปรึกษาธุรกิจด้านเศรษฐกิจดิจิทัล หรือด้านอื่น ๆ ที่มีความต้องการ โดยมีผู้เข้าร่วมอบรมอย่างน้อย 4,000 ราย และความรู้เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ซึ่งคาดว่าในปี พ.ศ. 2562 จำนวนผู้ใช้บริการคลังข้อมูลองค์ความรู้ไม่น้อยกว่า 200,000 ครั้ง

¹³ อ้างอิงจาก <http://www.smeknowledgecenter.com>

ภาพที่ 2.10: แนวทางการพัฒนา Ecosystem ตามโครงสร้างพื้นฐาน



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). การจัดทำแผนงานบูรณาการการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากลประจำปีงบประมาณ.

2) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนา Ecosystem ของผู้ประกอบการเป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พ.ศ. 2562-2564 โดยมีองค์ประกอบหลักใน 3 เรื่อง คือ การพัฒนาบริการให้มีประสิทธิภาพทันสมัย ครบวงจร การสร้างและพัฒนาเครือข่ายหน่วยงานและให้ผู้ใช้บริการธุรกิจอุตสาหกรรมและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศรูปแบบและวิธีการในการส่งเสริมอุตสาหกรรม เช่น การสร้างระบบฐานข้อมูลกลางเพื่อ บูรณาการข้อมูลสารสนเทศ

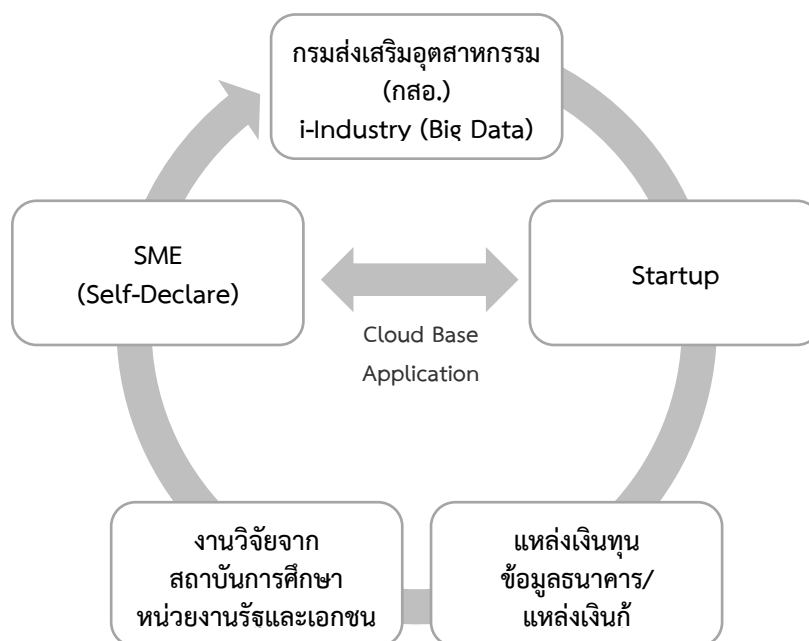
กสอ. ได้มีการปรับปรุงและสร้างระบบ SMEs Ecosystem โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มในการเอื้อให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจและเข้าถึงบริการภาครัฐได้สะดวกและรวดเร็วกว่าเดิม อีกทั้งยังเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบ i-Industry ซึ่งเป็นระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจุบัน กสอ. มีผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่เป็นสมาชิกในระบบแล้วกว่า 400,000 ราย แบ่งเป็นรูปแบบบุคคลกว่า 320,000 ราย และรูปแบบกิจการกว่า 93,000 ราย สำหรับปี พ.ศ. 2563 คาดว่าจะมีผู้ประกอบการเข้าร่วม

โครงการต่าง ๆ ไม่ต่ำกว่า 2,000 โครงการ และบุคลากรภาคธุรกิจอุตสาหกรรมและที่เกี่ยวข้องกว่า 20,000 ราย ในขณะเดียวกันยังมีการใช้ระบบดิจิทัลในการกำกับติดตามการดำเนินงานสำหรับโครงการส่งเสริมและพัฒนา เอสเอ็มอี โดยผู้เชี่ยวชาญ ณ สถานประกอบการ ซึ่งเรียกว่าระบบ Self-Declare โดยจะมีการเช็คอิน (Check-in) การเข้าปฏิบัติงานในสถานประกอบการของที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ และรายงานผลแบบ Real Time ไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง ขณะที่ผู้ประกอบการสามารถประเมินผลการดำเนินงานของที่ปรึกษาได้ด้วยเช่นกัน ส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ นำระบบดิจิทัลเข้ามาใช้ในสถานประกอบการมากขึ้น กสอ. จะเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ประกอบการเอสเอ็มอีและบริษัทสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพ เพื่อให้เอสเอ็มอี ได้ลองเปิดใจเลือกใช้ Cloud Base Application ที่พัฒนาโดยสตาร์ทอัพไทย ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ง่ายต่อการ ใช้ รวมถึงการเชื่อมโยงเทคโนโลยีกับงานวิจัยที่มีอยู่จากสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งรัฐและ เอกชนกับเอสเอ็มอี เพื่อนำไปต่อยอดธุรกิจไปสู่เชิงพาณิชย์ อีกทั้งยังสร้างโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับ เอสเอ็มอีที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมมาต่อยอดพัฒนาธุรกิจ โดย กสอ. จะเชื่อมโยงข้อมูลกับธนาคาร หรือแหล่งเงินทุนต่าง ๆ เพื่อใช้ในการพิจารณาปล่อยสินเชื่อให้เอสเอ็มอีรายนั้นได้อย่างเหมาะสม

กสอ. ต้องมีการจัดทัพใหม่ในการปรับการให้บริการ โดยเน้นการใช้ Digital Platform เพื่อสร้างระบบ นิเวศให้ครบทั้งองค์ภาพ ผลักดันให้เอสเอ็มอีเกิด Digital Transformation อย่างเป็นทางการ ขณะเดียวกัน บุคลากรของ กสอ. จะต้องมีการ Transform ตนเอง ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยจะมีการจัดอบรมเสริมองค์ความรู้ใหม่ ๆ ด้านทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) ให้บุคลากรอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพื่อให้บุคลากร มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพ

ภาพที่ 2.11: SMEs Ecosystem ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.)



ที่มา: สยามรัฐ. (2563). โมดิฟาย “กสอ.”สร้างระบบ SMEs Ecosystem ส่งเสริม-พัฒนา SMEs ด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม.

นอกจากนี้ ยังรวมถึงการบริการที่รวดเร็วมากขึ้นและรองรับการเป็น Smart Office ขณะเดียวกัน ในส่วนของระบบหลังบ้านจะมีการปรับปรุงให้มีความเสถียรและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นนโยบายเร่งด่วนที่ กสอ.ได้เร่งดำเนินการเพื่อยกระดับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้ในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพตามนโยบาย Digital Transformation

3) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) เป็นหนึ่งในหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ดูแลขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้น ซึ่ง สนช. ร่วมกับสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย (สตาร์ทอัพ) จากบริษัทที่ประกอบธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) ทั้งในและต่างประเทศในประเด็นการพัฒนาระบบนิเวศวิสาหกิจเริ่มต้นนั้นควรเป็นอย่างไรและต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนในประเด็นใดบ้าง ซึ่งได้จัดทำเป็นข้อเสนอ Thailand Towards Startup Nation เมื่อปี พ.ศ. 2561 เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ประเทศสตาร์ทอัพ โดยได้ให้ประเด็นข้อเสนอแนะที่ต้องการให้ภาครัฐแก้ไข พัฒนา หรือสนับสนุนที่ครอบคลุมใน 7 มิติสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1 ภาครัฐควรส่งเสริมให้การจัดตั้งและประกอบกิจการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศนั้นเป็นไปอย่างสะดวกและราบรื่น (Ease of Doing Business) โดยภาครัฐควรตั้งหน่วยงานที่กำกับดูแลวิสาหกิจเริ่มต้นโดยเฉพาะและจัดให้มีระบบศูนย์ข้อมูลและการให้บริการต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องผ่านการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐหรือ OSS เพื่อลดอุปสรรคในการติดต่อกับภาครัฐและเป็นตัวกลางติดต่อกับหน่วยงานต่างประเทศด้วย รวมทั้งรัฐควรแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจและลงทุนไม่ว่าจะเป็นกฎหมายบริษัทจำกัดหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของต่างด้าว
- 2 ภาครัฐควรให้การสนับสนุนทางการตลาด รวมไปถึงการขยายกิจการวิสาหกิจเริ่มต้นไปยังต่างประเทศ (Market Innovation) โดยรัฐควรส่งเสริมการขยายการเข้าสู่ตลาด ไม่ว่าจะเป็นตลาดภาครัฐ (B2G) ตลาดภาคเอกชน (B2B) และตลาดความร่วมมือระหว่างประเทศ (G2G) นอกจากนี้ภาครัฐควรให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้อง หรือที่เรียกว่า คลัสเตอร์ (Cluster) ให้มารวมตัวดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographic Proximity) มีความร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร (Synergy) รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนานวัตกรรม (Innovation District) เพื่อดึงดูดผู้ประกอบการให้รวมกันเป็นคลัสเตอร์เพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อ (Connecting) ของผู้คนและความคิดต่าง ๆ ในย่านโดยมีกลไกที่ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Co-Creation) แบ่งปันความรู้ระหว่าง (Knowledge Sharing)
- 3 ภาครัฐควมให้การสนับสนุนเพื่อดึงดูดบุคลากรที่มีทักษะสูงต่อระบบนิเวศวิสาหกิจเริ่มต้นในไทย (Talent Workforce) โดยอาจสนับสนุนในรูปแบบของการให้งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐเป็นค่าตอบแทนในการฝึกงานในวิสาหกิจเริ่มต้นนั้น หรือการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีหรือการอำนวยความสะดวกในการเข้ามาทำงานของบุคลากรที่มีทักษะสูงจากต่างประเทศ และภาครัฐสามารถเข้ามามีบทบาทในการปรับปรุงกฎระเบียบต่าง ๆ ตามความเหมาะสมมากขึ้น

- 4 ภาครัฐควรสนับสนุน Deep Tech และ Sector ต่าง ๆ (Sectoral Strength) โดยควรให้การสนับสนุนตั้งแต่ขั้นตอนการพัฒนา ให้ความช่วยเหลือแก่สถาบันการศึกษาที่คิดค้นนวัตกรรมศึกษาประเภทนี้ขึ้น และสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่นักลงทุน นอกจากนี้ภาครัฐอาจจะจัดตั้งกองทุนสำหรับสนับสนุน Deep Tech โดยจัดสรรเงินงบประมาณส่วนหนึ่งไว้สำหรับเรื่องนี้โดยเฉพาะและควรส่งเสริมให้มีการร่วมมือและเปลี่ยนความรู้หรือการเชื่อมโยงผู้ประกอบการในด้านอื่น ๆ ที่อาจแตกต่างกันด้วย
- 5 ภาครัฐควรส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการระดมทุนของวิสาหกิจเริ่มต้น (Investment & Growth) โดยภาครัฐควรส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในความเสี่ยงของการลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้นและมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุน โดยในส่วนภาครัฐอาจสนับสนุนโดยการจัดตั้งกองทุนพัฒนาการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น โดยรัฐบาลอาจจัดให้มีการสนับสนุนเพิ่มเติมเป็นกรณีพิเศษ เช่น การให้งบประมาณสนับสนุนการลงทุนวิสาหกิจเริ่มต้นผ่านวิธีการ Matching Fund แก่วิสาหกิจเริ่มต้น ตั้งแต่ในระยะแรก (Early Stage Startup) ระยะการพัฒนาต้นแบบโดยใช้เทคโนโลยีเชิงลึก (Deep Tech Startup) ระยะทดสอบตลาด (Product Market Fit) และระยะบริษัท VC หรือ CVC ร่วมลงทุน เป็นต้น และที่สำคัญยิ่งไปกว่าการจัดตั้งกองทุน คือ ให้เกิดการลงทุนจริงในวิสาหกิจเริ่มต้นที่มีคุณสมบัติครบถ้วนและได้และได้ยื่นรับการสนับสนุนแล้ว
- 6 ภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการสร้างสังคมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Society) โดยให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะและความรู้ด้านเทคโนโลยีและความเป็นผู้ประกอบการรวมถึงสนับสนุนให้ผู้คนในทุกช่วงอายุให้สามารถเป็นผู้ประกอบการได้โดยภาครัฐอาจสนับสนุนให้ทุกมหาวิทยาลัยดำเนินการจัดตั้งชมรมวิสาหกิจเริ่มต้น (Startups Club) ห้องวิจัยนวัตกรรม (Innovation Labs) หรือชมรมผู้ประกอบการ (Entrepreneur Club) เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ลองเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง
- 7 ภาครัฐควรให้การสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม และการจัดตั้งหน่วยงานที่เป็นศูนย์กลางข้อมูลที่เกี่ยวข้อง (Ecosystem Facilitation) โดยภาครัฐควรพิจารณาให้มีกฎหมายที่เอื้ออำนวยให้เกิดการทดสอบและพัฒนานวัตกรรม และการมีระบบโครงสร้างพื้นฐานของระบบนิเวศวิสาหกิจเริ่มต้นในภาพรวมระดับประเทศ ซึ่งควรจัดให้มี “ศูนย์วิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ” ที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการติดต่อให้ข้อมูลและบริการ (Single Point of Contact) ภายในระบบนิเวศของวิสาหกิจเริ่มต้น โดยมีการรวมศูนย์ข้อมูลหรือเป็นจุดเชื่อมต่อไปยังข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ ให้แก่วิสาหกิจเริ่มต้น บริษัท ร่วมลงทุน และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ตั้งแต่ข้อมูลในการจัดตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น การดำเนินการสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ การออกสู่ตลาด การขออนุญาต รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในระบบนิเวศ

4) กรมส่งเสริมการเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร (กสก.) มีภารกิจหลักในพัฒนาและส่งเสริมกลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน ให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจส่วนใหญ่ดังกล่าวก็คือวิสาหกิจรายย่อย โดยการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ให้เข้มแข็ง มีความสามารถในการผลิต และบริหารจัดการสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และพึ่งพาตนเองได้ กสก. จึงได้กำหนดแผนงานการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของของขับเคลื่อนดังกล่าวก็คือ ปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2555-2559 ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการส่งเสริมและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 3 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

- 1 การปรับปรุง ผลักดันกฎหมาย ระเบียบ มาตรการและสิทธิประโยชน์ ที่เอื้อต่อการส่งเสริมและการดำเนินงานกิจการของวิสาหกิจชุมชน
 - ผลักดันให้มีการศึกษา ทบทวน ปรับปรุง หรือแก้ไขกฎหมาย ระเบียบ มาตรการ หรือขั้นตอนปฏิบัติต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ รวมทั้ง เป็นเครื่องมือในการสร้างคุณธรรม จริยธรรม ความโปร่งใส และลดอุปสรรคในการส่งเสริมและดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชน
 - ผลักดันให้มีการศึกษา ทบทวน ปรับปรุง ระบบภาษีและสิทธิประโยชน์อื่นให้เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งควรมีความแตกต่างจากภาคเอกชนหรือธุรกิจขนาดใหญ่ หรือจัดเก็บภาษีแบบเหมาจ่ายในอัตราต่ำ เพื่อจูงใจให้วิสาหกิจชุมชนเข้าสู่ระบบภาษี
 - จัดทำ รวบรวม เผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้ด้านกฎหมายระเบียบ มาตรการ สิทธิประโยชน์แก่วิสาหกิจชุมชน
- 2 การสร้างระบบและเตรียมความพร้อมวิสาหกิจชุมชนในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
 - ให้มีการพัฒนาเครื่องมือหรือองค์ความรู้ในการบริหารจัดการทางการเงินสำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยการพัฒนาหลักสูตรในการวางแผนทางการเงิน การจัดทำบัญชี การจัดทำงบการเงิน หรือสนับสนุนซอฟต์แวร์ในการจัดทำบัญชี – งบการเงินแก่วิสาหกิจชุมชน
 - สร้างโอกาส เพิ่มช่องทาง อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ หรือพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนรวมถึงให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งทุนกับโครงการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น การกำหนดเงื่อนไขพิเศษสำหรับการค้าประกัน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นต้น
- 3 การพัฒนาระบบสารสนเทศและฐานข้อมูลเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
 - พัฒนาให้มีศูนย์กลางของข้อมูลและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชนซึ่งประกอบไปด้วยระบบการจดทะเบียน ข้อมูลศักยภาพพื้นฐานและแผนการพัฒนากิจการ ข้อมูลการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน ข้อมูลด้านการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและสนับสนุนการบูรณาการส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชน
 - พัฒนาและขยายช่องทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วิสาหกิจชุมชน การเข้าถึงข้อมูล องค์ความรู้ ได้อย่างสะดวก รวมถึงให้มีการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประมวลผล การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

- 4 การพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน
 - พัฒนาความรู้ และทักษะในการเรียนรู้ความต้องการพัฒนาของวิสาหกิจชุมชน การทำงานร่วมกับวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งมีทักษะในการประสานงานกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ
 - ส่งเสริมให้มีหน่วยงานหลักในการรวบรวมองค์ความรู้ด้านแนวคิด ผลการวิจัยและพัฒนา รวมถึงให้มีการประสานงานหน่วยงานที่มีความชำนาญเฉพาะในการจัดทำหลักสูตรและแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสม

ร่าง – ยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2560-2579

กำหนดการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ โดยมีหลักการซึ่งยังคงมุ่งเน้น ใน 3 เรื่องหลัก คือ การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบมาตรการให้เอื้อต่อการดำเนินกิจการของวิสาหกิจชุมชน การสนับสนุนให้เข้าถึงแหล่งทุนที่มีต้นทุนต่ำ เช่น กองทุน และเงินทุนหมุนเวียนต่าง ๆ ของทั้งภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประสิทธิภาพในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยมีประเด็นในการพัฒนาใหม่ 2 เรื่อง คือ การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งทั้งในระดับชุมชน อำเภอ จังหวัด ภูมิภาคและระดับประเทศ และการบ่มเพาะให้เกิดวิสาหกิจชุมชนใหม่ โดยมุ่งให้เกิดวิสาหกิจชุมชนใหม่หรือทายาทวิสาหกิจชุมชน

2.3.2 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อม/ระบบนิเวศ (Ecosystem) ของต่างประเทศ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ประเทศโอมาน¹⁴

จากการศึกษาของของยาร์ฮยา อัล อะบรี (M. Yahya. Al-Abri) และคณะผู้วิจัย (A. Abdul Rahim และ N.H. Hussain) พบว่า อุปสรรคต่อการประสบความสำเร็จของ SMEs มี 8 ประการ ได้แก่

1. ขาดความรู้ที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจ
2. ขาดการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และไม่สามารถถ่วงน้ำหนักต่อสถาบันทางการเงิน
3. การลักลอบค้าขาย และหลีกเลี่ยงภาษี (Hidden Trade and Government Tax) สืบเนื่องจากการขาดกฎระเบียบและการจัดการ (Lack of Regulation and Administrative Burdens)
4. ขีดจำกัดสมรรถภาพในการเติบโต (ไม่ต้องการเติบโต)
5. ขาดแรงผลักดันที่จะพัฒนาวิธีการทำงานจากบุคลากรในการเริ่มใช้เทคโนโลยีกับธุรกิจ
6. ขาดการเชื่อมโยงระบบอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างหน่วยงาน
7. ขาดการทำงานเป็นเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการในสาขาธุรกิจเดียวกัน
8. ขาดความรู้ในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้เพื่อก้าวข้ามข้อจำกัด

¹⁴ Al-Abri, M. Y., Rahim, A. A., & Hussain, N. H. (2018).

ยาห์ยา อัล อะบรี และคณะผู้วิจัยจึงมีการกำหนดและสร้างกรอบแนวคิดในการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อ SMEs ของประเทศโอมาน ดังภาพที่ 2.12

ภาพที่ 2.12: ปัจจัยที่สำคัญต่อระบบนิเวศ SMEs ประเทศโอมาน



ที่มา: M. Yahya. Al-Abri, A. Abdul Rahim Razak และ H. Hussain Razak (2018).

จากภาพที่ 2.12 ปัจจัยที่สำคัญต่อระบบนิเวศ SMEs ประเทศโอมาน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) ทูมนมนุษย์:** ทูมนมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญของการเริ่มต้นและการเติบโตต่อระบบนิเวศ SMEs โดยผู้บริหารองค์กร/ธุรกิจ ให้ความเห็นว่าระบบการศึกษาและตลาดแรงงานของโอมานควรมีความใกล้ชิดและเชื่อมโยงกันมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการ SMEs ขาดความรู้พื้นฐานซึ่งจำเป็นต่อการบริหารธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องมีทักษะมากขึ้น เช่น การวางแผน การบัญชี การจัดการ การเงิน และวัฒนธรรมการแข่งขัน เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่และแรงงานกว่าร้อยละ 70 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จึงมีความจำเป็นที่ต้องมีทักษะพื้นฐานดังกล่าว
- 2) รัฐบาล:** ผู้บริหารองค์กร/ธุรกิจ ให้ความเห็นว่ากฎระเบียบของโอมานมีส่วนเกี่ยวข้องต่อการเติบโตของ SMEs น้อยมาก รวมถึงกฎระเบียบยังไม่ทันต่อเหตุการณ์ ไม่ปรับให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน ส่งผลต่อความยากในการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะว่าหน่วยงานภาครัฐควรมีการบูรณาการระหว่างกัน โดยรวมบริการด้านต่าง ๆ ไว้ที่เดียวกัน เพื่อเพิ่มความสะดวกในการทำธุรกิจ
- 3) การเงิน:** การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเป็นพื้นฐานต่อการเติบโตของ SMEs ซึ่งรัฐบาลควรให้การการันตีสินเชื่อให้กับ SMEs เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับสถาบันทางการเงินในการปล่อยสินเชื่อ SMEs

- 4) **การสนับสนุน:** ร้อยละ 80 ของผู้บริหารองค์กร/ธุรกิจ กล่าวว่า การสนับสนุนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของ SMEs ทั้งนี้ การเริ่มต้นและเติบโตของ SMEs ได้รับการสนับสนุนจากปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน อาทิ การสนับสนุนจากครอบครัว การสนับสนุนจากรัฐบาล หรือการสนับสนุนจากองค์กรที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐ (NGOs) เป็นต้น
- 5) **เทคโนโลยี:** ผู้บริหารองค์กร/ธุรกิจมองว่าเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่สำคัญรวมไปถึงระบบฐานข้อมูลและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่จำเป็นต่อการทำงานประจำวัน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นสิ่งจำเป็นต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน การลดขั้นตอน และสนับสนุนการติดต่อระหว่างผู้จัดหา (Supplier) กับผู้ประกอบการหรือระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าทั่วโลก

แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวถูกออกแบบเป็นกรอบแนวคิดหลัก 5 ประการ เพื่อเป็นแนวทางพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่ยังอยู่ในระดับเริ่มต้น และมีข้อจำกัดหลายด้านในประเทศโอमान และกลุ่มประเทศเอเชียกลางไปจนถึงเมดิเตอร์เรเนียนบางส่วน

2) ประเทศฟินแลนด์

ฟินแลนด์เป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จในด้านของการเป็นแหล่งเงินทุนที่ดี มีการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีการวิจัย อบรม และส่งเสริมที่ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรม เนื่องจากมีปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ การที่ให้อิสระกับหน่วยงานรัฐในการสนับสนุน โดยไม่มุ่งเน้น KPI เนื่องจากหน่วยงานรัฐจะต้องหารายได้ส่วนหนึ่งเอง ซึ่งรายได้ของหน่วยงานรัฐมาจากความสำเร็จของ SME เช่น การถือหุ้นใน SME ผ่านการทำ Venture Capital (VC) และ Crowdfunding (CF) และหน่วยงานรัฐของประเทศฟินแลนด์มีความอิสระในการดำเนินงาน โดยหน่วยงานรัฐสามารถทำกำไร/รายได้จากการให้กู้ หรือ VC หรือ CF พร้อมทั้งไม่มีระบบราชการยุ่งยากซับซ้อน อีกทั้งหน่วยงานตรวจสอบของประเทศฟินแลนด์ไม่ได้มีวิสัยทัศน์ในการจับผิด และเพิ่มกฎระเบียบเพื่อลดการคอร์รัปชันแต่อย่างใด จึงทำให้ฟินแลนด์ประสบความสำเร็จดี สำหรับด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์กรความรู้ และวัฒนธรรม (HRD, STI, and Culture) ฟินแลนด์ประสบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศ และฟินแลนด์เป็นประเทศที่มีขนาดเล็กจึงไม่สามารถกำหนดความต้องการในแต่อุตสาหกรรมของโลกได้มากนัก จึงทำให้เกิดอุปสรรคในการเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมอื่นระหว่างประเทศ ทั้งนี้ ฟินแลนด์มีอุตสาหกรรมหลักเพียงไม่กี่ด้านเท่านั้น เช่น อุตสาหกรรมไม้ อุตสาหกรรมพลังงาน และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น โดยฟินแลนด์มีการนำเทคโนโลยีของโนเกียมาต่อยอดในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวโน้มของโลกเท่าใดนัก จึงขาดอุตสาหกรรมหลักที่จะเชื่อมโยงได้ และทำให้ฟินแลนด์ต้องไปเชื่อมโยงกับด้านเทคโนโลยีกับต่างประเทศแทน

จะเห็นได้ว่า แม้ฟินแลนด์จะประสบความสำเร็จในการเป็นแหล่งเงินทุนที่ดี และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐเป็นอย่างดี แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น เมื่อทำการศึกษา Ecosystem ในแต่ละด้านของแต่ละประเทศที่จะมีการศึกษาในเชิงลึกต่อไป สามารถนำมาปรับใช้ให้เข้ากับ Ecosystem ของไทยได้ ซึ่งไม่จำเป็นต้องนำสิ่งที่ต่างประเทศประสบความสำเร็จมาปรับใช้ทั้งหมด เพียงนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของไทย และมีผลกระทบในวงกว้างมากที่สุดต่อไป

ตารางที่ 2.9: ตัวอย่างสรุปการศึกษานโยบาย/มาตรการด้าน Ecosystem ในประเทศฟินแลนด์

	Policies Toward	Success or Failure	Key Success/Failure Factors
Regulation			
Control/Ease	ลดกระบวนการ แต่ป้องกันความปลอดภัย จึงขาดเตรียมเอกสาร	Failure	ระบบเอกสารยุ่งยาก จึงอยู่เพียงอันดับ 20 ของโลก ทั้งที่น่าจะสูงกว่านี้
Integrated Policy	ไม่มีหน่วยงานกลาง แต่ทุกหน่วยงานรู้จักกัน และมีระบบส่งผ่านที่ดี	Success	ไม่มีระบบราชการยุ่งยาก ได้ KPI (ส่วนแบ่งจากการส่งผ่าน/แนะนำ)
Market			
Domestic	เน้นให้เป็นตลาดนำร่อง โดยคนฟินแลนด์ทุกคนเข้าถึงดิจิทัล	Success	เนื่องจากตลาดในประเทศมีขนาดเล็ก จึงต้องเชื่อมกับตลาดต่างประเทศได้ดี ซึ่งคนฟินแลนด์มีภาษาอังกฤษดี และเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมสูง
Global	เชื่อมโยงกับบริษัทเล็กในประเทศ กับบริษัทใหญ่ระดับโลก เช่น การสร้าง Platform	Success	
Finance			
SME Affordability	Soft Loan แบบถั่วตั้งใจทำแล้วยัง “เจ๋ง” อาจยกหนี้ให้	Success	<ul style="list-style-type: none"> ให้อิสระกับหน่วยงานรัฐ สามารถทำกำไร/รายได้จากการให้กู้ หรือ VC หรือ CF KPI มีไม่มาก เพราะ หน่วยงานรัฐ “ต้องทำอะไร และหารายได้เองด้วย”
Type of Financing	<ul style="list-style-type: none"> Venture Capital (VC) Crowd Fund (CF) 	Success	เป็นประเทศแรก ๆ ที่เน้น VC และ CF ตั้งแต่ก่อนใช้คำว่า Crowd Fund และรัฐกล้าที่จะลงทุน ไม่มีปัญหา Mind set ของหน่วยงานตรวจสอบ
Support			
Infrastructure	“แม้ถนนลาดยาง ทางรถไฟไม่มี แต่ไอทีต้องเกิด”	Success	รัฐเน้นให้ออกชนดำเนินการ พื้นที่ไหนสัมปทานได้ให้ทำ พื้นที่ไหนไม่ได้ให้ใช้งบประมาณ
Academic Institute	<ul style="list-style-type: none"> อาจารย์ทำวิจัยแลกหุ้น จ้างอาจารย์ทำวิจัย และอบรม ตามความต้องการกองทุน 	Success	<ul style="list-style-type: none"> หน่วยงานรัฐที่ให้ทุน ได้รายได้จากหุ้นที่ VC ไว้กับเอกชน จึงต้องเลือกการวิจัยที่ทำกำไรได้จริง กิจการที่ VC ไว้ล้วนเป็น Tech Base จึงต้องเน้นการวิจัยจริงจัง อาจารย์ฟินแลนด์ไม่เน้นการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ
Support Industries	ไม่เด่น	Failure	เป็นประเทศเล็ก อุตสาหกรรมหลัก คือไม้ กับพลังงาน และดิจิทัล จึงเชื่อมกับ SME ยาก จึงต้องโยงกับต่างประเทศ
HRD, STI, and Culture			
HRD	จ้างอาจารย์อบรม ตามความต้องการกองทุน	-	<ul style="list-style-type: none"> สำเร็จระดับหนึ่ง แต่ไม่เท่าการให้หุ้นอาจารย์ในการทำวิจัย อาจารย์ฟินแลนด์ไม่เน้นการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

	Policies Toward	Success or Failure	Key Success/Failure Factors
STI	<ul style="list-style-type: none"> • อาจารย์ทำวิจัยแลกหุ้น • นำ patents ของ Nokia มาต่อยอด 	Success Failure	<ul style="list-style-type: none"> • สำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรม แต่เนื่องจากประเทศเล็กจึงกำหนดเทรนด์โลกไม่ได้มาก • เทคโนโลยีที่ Nokia พัฒนาไว้ไม่ได้ไปในทิศทางที่เป็นเทรนด์โลกเท่าใดนัก จึงต่อยอดได้ไม่มาก แม้จะมีมากกว่า 1,000 ชิ้น
Culture	รัฐไม่ได้ส่งเสริมนัก แต่ทำความเข้าใจวัฒนธรรมเดิม และไม่ได้เปลี่ยนแปลง	-	มีวัฒนธรรมผู้ประกอบการแบบเกื้อกูลกัน คืออยู่เป็นกลุ่ม (Clan) มาแต่อดีต จึงเข้าใจการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์

ที่มา: ประมวลผลโดย มูลนิธิ สวค.

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงตัวอย่างของการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ และนิยามของวิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprise) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการศึกษา เพื่อให้ภาครัฐมีแนวทางในการออกแบบและพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อและสนับสนุนต่อการเติบโตของธุรกิจ โดยในเบื้องต้นสามารถจัดกลุ่มปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) ออกได้เป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

- **กฎระเบียบ (Regulation)** ศึกษา 2 ด้าน คือ 1) กฎระเบียบที่เป็นไปเพื่อการควบคุมหรือมาตรการผ่อนคลายนในด้านต่าง ๆ เช่น การเปิดธุรกิจ การขอใบอนุญาต และภาษี เป็นต้น และ 2) นโยบายด้านการบูรณาการที่มีความเชื่อมโยง Ecosystem ด้านต่าง ๆ
- **ตลาด (Market)** คือ ตลาดในประเทศ เช่น ขนาด ราคา และแนวโน้ม และตลาดต่างประเทศ เช่น การส่งออก และการค้า เป็นต้น
- **การเงิน (Finance)** ศึกษาทั้งระบบการเงินดั้งเดิม เช่น ระบบธนาคาร และระบบการเงินสมัยใหม่ อาทิ คราวด์ฟันดิง (Crowdfunding) แองเจิลฟันด์ (Angel Fund) และเวนเจอร์แคปิตอล (Venture Capital) และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SME
- **ปัจจัยสนับสนุน (Support)** ศึกษา 3 ด้าน คือ (1) โครงสร้างพื้นฐานในประเทศ เช่น ระบบการคมนาคมขนส่ง ไฟฟ้า ประปา และระบบไอซีที (2) สถาบันการศึกษา ทั้งในฐานะผู้ผลิตบุคลากรใหม่ ผู้พัฒนาบุคลากรเดิม และผู้วิจัยและพัฒนา (R&D) และ (3) อุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ บริการดิจิทัลไอที และบริษัทที่ปรึกษา เป็นต้น
- **ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้ และวัฒนธรรม (HRD, STI, and Culture)** โดยด้านทรัพยากรมนุษย์จะพิจารณา ทั้งเชิงปริมาณ (กำลังแรงงาน) เชิงคุณภาพ (แรงงานทักษะ) และการจัดการแรงงาน ด้านองค์ความรู้ จะพิจารณาทั้งเทคโนโลยีองค์ความรู้หลักของประเทศ การพัฒนาเทคโนโลยีทั้งด้านดิจิทัลและไม่ใช้ดิจิทัล ส่วนด้านวัฒนธรรมจะเน้นที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเป็นสำคัญ เช่น ทักษะคิดต่อการทำธุรกิจ การถ่ายทอดเทคโนโลยีองค์ความรู้ และระบบเครือข่าย (Networking)

ตารางที่ 2.10: กรอบการศึกษาระบบและมาตรการพัฒนาระบบ Ecosystem ในประเทศตัวอย่าง

Regulation	Market	Finance	Support	HRD, STI, and Culture
Control/Ease	Domestic	Type of Financing	Infrastructure	HRD
- Open	- Price	Interest Rate/NPL	- Transport	- Labor Forces
- License	- Taste and Trend	SME Affordability	- Utilities	- Unskilled vs Skilled
- Tax	- Size	Policy Toward	- ICT	- Seeking for Labor
- Dispute	- Policy Toward		- Policy Toward	- Policy Toward
- Policy Trend Toward	Global		Academic Institute	STI
Integrated Policy	- Export/Trade to GDP		- for Human Resource	- Hi-light on Tech Sectors
- How Gov. Links all dimension Together	- Policy Toward		- for Post Grad Training	- Digital Worker
			- for R&D	- Digital Tech Dev
			- Policy Toward	- Non Digital Worker
			Support Industries	- Non Digital Tech Dev
			- Digital & ICT	- Policy Toward
			- Logistics	Culture
			- Media & Advertisement	- Net Working
			- Legal, Engineering, Consults and other support Firms	- Tech Transfer
		- Policy Toward	- Business Attitude	
			- Policy Toward	

ปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการการช่วยเหลือและพัฒนาของวิสาหกิจที่มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม จึงจะเป็นประโยชน์และสามารถช่วยสนับสนุนให้เกิดการเติบโตได้อย่างแท้จริง

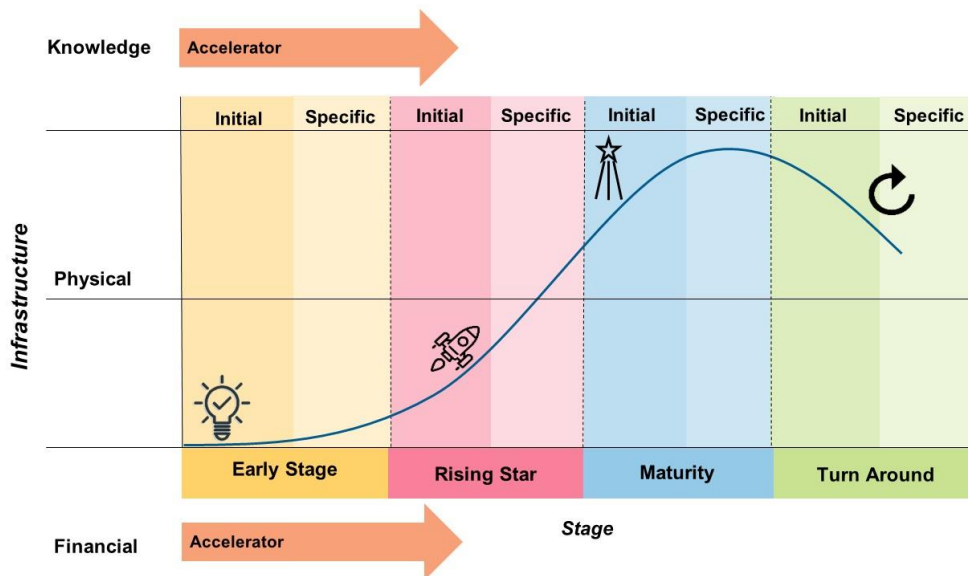
ดังนั้น การกำหนดกรอบแนวคิดของการส่งเสริม MSE จึงอาศัยตัวแบบวัฏจักรธุรกิจหรือวงจรธุรกิจ (Business Cycle Model) ในการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับธรรมชาติของการดำเนินธุรกิจ ที่มีช่วงระยะของการเติบโต ซึ่งแต่ละช่วงจะมีสภาพปัญหาและความต้องการที่แตกต่างกันประกอบด้วย

- | | |
|--------------------------|---|
| 1) Startup / Early Stage | ▶ ช่วงของการเริ่มต้นธุรกิจ |
| 2) Growth / Rising Star | ▶ ช่วงธุรกิจรุ่งเรืองหรือขั้นของการเติบโต |
| 3) Maturity | ▶ ช่วงธุรกิจจืดจาง |
| 4) Decline / Turn Around | ▶ ช่วงระยะถดถอยหรือพลิกฟื้นธุรกิจ |

รวมไปถึงการคำนึงถึงความจำเป็นเบื้องต้น (Initial) และความจำเป็นเฉพาะธุรกิจ (Specific) ที่ต้องการการสนับสนุนที่แตกต่างกันในมิติต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาของการเติบโต ขนาดของวิสาหกิจ อีกทั้งการกำหนดให้มีตัวเร่ง (Accelerator) จะเป็นส่วนสำคัญในการช่วยเป็นปัจจัยผลักดันให้ธุรกิจสามารถเติบโตและเข้มแข็งได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ การศึกษาทบทวนดังกล่าว จะนำไปใช้กำหนดกรอบแนวความคิดและแนวทางในการดำเนินงาน รวมทั้งกรณีการศึกษาของต่างประเทศ (Case Study) และแนวทางการปฏิบัติที่ดี (Best Practices) เพื่อนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการออกแบบและพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับวิสาหกิจรายย่อย (Micro Enterprise) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) แต่ละกลุ่มอย่างแท้จริง และสอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ภาพที่ 2.13: MSE Ecosystem



ที่มา: มุลินธิ สวค.

2.4 นิยามศัพท์

สำหรับนิยามศัพท์ที่ใช้การศึกษาปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) ของ MSE สามารถสรุปได้ดังนี้

- **MSE (Micro/Small Enterprises)** หมายถึง M: Micro (รายย่อย) S: Small (ขนาดย่อม) E: Enterprises (ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจ)
- **MSME (Micro, Small and Medium Enterprises)** หมายถึง M: Micro (รายย่อย) S: Small (ขนาดย่อม) M: Medium (ขนาดกลาง) E: Enterprises (ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจ)
- **โครงสร้างพื้นฐานด้านกายภาพ (Physical Infrastructure)** หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพซึ่งจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ สามารถแสดงออกมาให้เห็น และ/หรือจับต้องได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งถูกสร้างโดยภาครัฐ ภาคเอกชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ นโยบายการสนับสนุน ระเบียบและกฎหมายการประกอบธุรกิจ ตลาดสำหรับการซื้อขาย การระบบการจัดเก็บข้อมูล ระบบการชำระเงิน เครือข่ายการสื่อสาร Co-Working Space
- **โครงสร้างพื้นฐานด้านความรู้ (Knowledge Infrastructure)** หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานด้านความรู้ที่สนับสนุนให้เกิดองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นองค์ความรู้ทั่วไปตั้งแต่การเริ่มธุรกิจจนถึงองค์ความรู้แบบเฉพาะเจาะจงสำหรับกลุ่มธุรกิจ อาทิ มหาวิทยาลัย ศูนย์บ่มเพาะกระทรวงพาณิชย์ สถาบันอาหาร บริษัทที่ปรึกษา Youtuber
- **โครงสร้างพื้นฐานด้านการเงิน (Financial Infrastructure)** หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานด้านการเงินที่สนับสนุนแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ สำหรับการจ้างงาน การลงทุนในอุปกรณ์ เครื่องจักร ระบบต่าง ๆ ซึ่งแหล่งเงินทุนดังกล่าวมีทั้งภาครัฐ และเอกชนที่มีนโยบายการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง อาทิ ธนาคารออมสิน ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และธนาคารพาณิชย์
- **ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Ecosystem)** หมายถึง ระบบนิเวศหรือปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นการรวมตัวกันของธุรกิจ บุคคลหรือสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อดำเนินกิจกรรมและเชื่อมโยงกันในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มีการร่วมมือและสนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อส่งเสริมการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ
- **ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)** หมายถึง ระยะเวลาของการเริ่มต้นการดำเนินธุรกิจ เป็นช่วงที่ผู้ประกอบการต้องใช้เงินลงทุนก้อนแรกเพื่อจัดตั้งกิจการ และนำทักษะความรู้ที่ผู้ประกอบการมีอยู่มาใช้ดำเนินธุรกิจ เป็นช่วงที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการกำลังเริ่มเข้าสู่ตลาด ต้องอาศัยการทำการตลาดเข้ามาช่วยให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค ยอดขายมีการเจริญเติบโตอย่างช้า ๆ และยังไม่มีความมั่นคงในตลาด โอกาสในการเกิดผลกำไรยังอยู่ในระดับต่ำ
- **ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)** หมายถึง ระยะที่ดำเนินธุรกิจมาช่วงเวลาหนึ่งแล้ว และกิจการดำเนินไปได้ด้วยดี ผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคแล้ว ธุรกิจมีรายได้และผลกำไรสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความต้องการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจ เพราะเล็งเห็นโอกาสเติบโตไปได้ในอนาคต
- **ช่วงธุรกิจอิมมัตูร์ (Maturity)** หมายถึง ระยะเวลาที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจเริ่มมีการอิมมัตูร์ในตลาดแล้ว เป็นระยะที่มียอดขายและผลกำไรสูงสุดแล้ว จึงไม่จำเป็นต้องลงทุนเพื่อเพิ่มกำลัง

การผลิต ในขณะที่ยอดขายมีโอกาสดลดลง เนื่องจากการแข่งขันที่สูงขึ้น จึงต้องอาศัยการทำการตลาดเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดให้คงอยู่ ทำให้ผลกำไรที่ได้รับค่อย ๆ ลดลง

- **ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)** หมายถึง ระยะที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจได้รับความนิยมน้อยลงเรื่อย ๆ จึงทำให้ยอดขายและผลกำไรลดลง จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งหากผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน ก็จะทำให้ธุรกิจนั้นสามารถพลิกฟื้นกลับมาได้ ซึ่งในส่วนนี้จะเกิดค่าใช้จ่ายในการทำตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ แต่หากเกิดกรณีไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ ก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนไปยังธุรกิจอื่นหรือออกจากตลาดไป
- **ความจำเป็นเบื้องต้น (Initial Infrastructure)** หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในระดับเบื้องต้นในแต่ละช่วงธุรกิจ ซึ่งแต่ละธุรกิจอาจมีความคล้ายคลึงกันในบางส่วน จึงสามารถใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกันได้
- **ความจำเป็นเฉพาะ (Specific Infrastructure)** หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจแบบเฉพาะเจาะจงในแต่ละช่วงธุรกิจ และประเภทธุรกิจ
- **ตัวเร่ง (Accelerator)** คือ ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการเติบโตของธุรกิจได้อย่างรวดเร็วในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยแตกต่างกันในแต่ละช่วงธุรกิจ
- **กลุ่มตัวอย่าง (Sampling)** คือ ส่วนหนึ่งของประชากรที่เลือกมาศึกษา ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยประชากรในการศึกษา คือ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)
- **สัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)** หมายถึง การซักถามพูดคุยกันอย่างละเอียดระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ (กลุ่มตัวอย่าง) เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ชัดเจนทุกประเด็นจากการสัมภาษณ์
- **การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)** หมายถึง การจัดประชุมที่รวบรวมกลุ่มตัวอย่างมาประชุมร่วมกัน เพื่อช่วยกันระดมความคิดเห็นในประเด็นที่ถูกกำหนดขึ้นมา
- **แบบสอบถาม (Questionnaire)** หมายถึง เครื่องมือการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งมีรูปแบบคำถามที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงจากการสำรวจ

บทที่ 3

การศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศ

3

การศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศ

3.1 หลักเกณฑ์การกำหนดประเทศเป้าหมายเพื่อทำการศึกษา

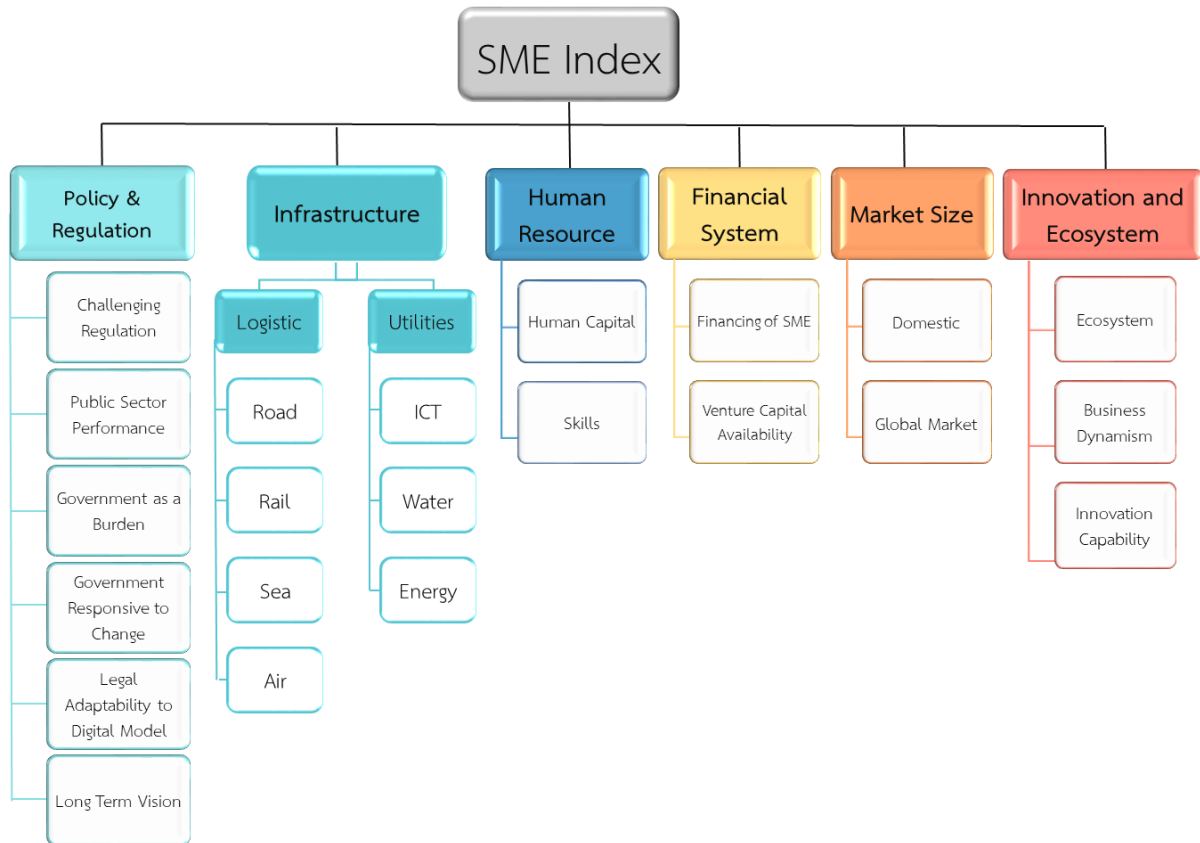
การกำหนดประเทศเป้าหมายเพื่อทำการศึกษาจะแบ่งประเทศออกเป็น 4 กลุ่ม ตามลำดับความสามารถในการแข่งขันด้าน SME ของประเทศ คือ ประเทศที่อยู่ระดับสูงกว่าไทยมาก ประเทศที่อยู่ระดับสูงกว่าไทย ประเทศที่อยู่ระดับใกล้เคียงกับไทย และประเทศที่อยู่ระดับต่ำกว่าไทย สำหรับประเทศที่อยู่ระดับต่ำกว่าไทยจะไม่นำมาทำการศึกษา ส่วนประเทศในแต่ละระดับจะคัดมาอย่างน้อย 1 ถึง 2 ประเทศ เพื่อมาศึกษาให้เห็นถึงแนวทางขั้นการพัฒนา (Stepping Stone) ของไทย ดังนั้น ในส่วนของการเลือกประเทศจึงแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ (1) การจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้าน SME ของแต่ละประเทศทั่วโลก และการแบ่งระดับชั้นออกเป็น 4 ชั้น และ (2) การหยิบยกประเทศจาก 3 ระดับชั้น เพื่อมาทำการศึกษาเชิงลึกต่อไป ผลการศึกษาและการคัดเลือกปรากฏดังนี้

3.1.1 การจัดอันดับประเทศ

แนวทางการจัดอันดับประเทศ ได้ใช้การจัดทำดัชนี โดยนำมิติ/ดัชนีย่อย ในดัชนีความสามารถในการแข่งขันของโลก (Global Competitiveness Index: GCI) ปี 2018 ที่จัดทำโดย World Economic Forum (WEF) มาจัดทำเป็นดัชนีใหม่สำหรับ SME กล่าวคือ เลือกเฉพาะดัชนีย่อยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา SME เป็นหลักมาใช้ในการชี้วัดเท่านั้น เหตุผลที่ดัดแปลง GCI มาพัฒนาเป็น SME Index เนื่องจาก GCI มีข้อมูลครบถ้วน ครอบคลุม 139 ประเทศ และเป็นที่ยอมรับ จึงมีความสะดวก เหมาะสม และน่าเชื่อถือกว่าการใช้ดัชนีอื่น ๆ

สำหรับการปรับปรุงเป็นดัชนีสำหรับ SME นี้ เป็นลักษณะของดัชนีถ่วงน้ำหนักที่ทำการให้น้ำหนักแบบระดับชั้น (Hierarchical Weighted) กล่าวคือ ในระดับชั้นแรก ได้แก่ ด้านนโยบายภาครัฐ (Policy and Regulation) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ด้านระบบการเงิน (Financial System) ด้านขนาดตลาด (Market Size) และด้านนวัตกรรม และสภาพแวดล้อมทางนวัตกรรม (Innovation and Ecosystem) จะมีน้ำหนักเท่ากันคือ 1/6 หรือ 0.17 เท่ากัน ส่วนมิตีย่อยในชั้นถัดไปจะถ่วงน้ำหนักลดหลั่นลงไป เช่น ในโครงสร้างพื้นฐานแบ่งออกเป็นระบบโลจิสติกส์กับระบบสาธารณูปโภค (Utilities) นั้น 2 ส่วนนี้จะได้ถ่วงน้ำหนักเท่า ๆ กัน คือ 1/2 หรือ 0.5 ของโครงสร้างพื้นฐาน คือ 0.09 ในขณะที่ด้านโครงสร้างพื้นฐานแบ่งออกเป็น 3 มิตีย่อย ในแต่ละมิตีย่อยก็จะได้รับการถ่วงน้ำหนักเท่ากันเช่นกัน นั่นคือ 1/3 ของ 0.09 เท่ากับ 0.03 นั่นเอง ทั้งนี้ มิติและดัชนีย่อยของดัชนี SME แสดงดังภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1: มิติ และดัชนีย่อยของดัชนี SME



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ผลการจัดอันดับ พบว่า ไทยอยู่ในอันดับที่ 35 ของโลก โดยอันดับ 1 คือ สหรัฐฯ อันดับ 2 คือ เยอรมนี และอันดับ 3 คือ สิงคโปร์ ทั้งนี้ มิติที่ไทยมีคะแนนน้อย หรือ เห็นได้ชัดว่าเป็นจุดด้อยเมื่อเทียบกับด้านอื่น คือ **ด้านนโยบายรัฐ** ซึ่งประกอบไปด้วยดัชนีด้าน วิสัยทัศน์ระยะยาว ส่วนร่วมของเอกชน ในการเปลี่ยนแปลงนโยบาย คุณภาพขององค์กรสาธารณะ การไม่เป็นภาระของมาตรการรัฐ ความพร้อม ในการเปลี่ยนแปลงของรัฐ และการปฏิรูปกฎหมายสู่ระบบดิจิทัล **ด้านระบบการเงิน** ซึ่งประกอบไปด้วย ความพร้อมของระบบร่วมทุน (venture capital) การเงินสำหรับ SME และ **ด้านนวัตกรรม** ซึ่งประกอบด้วย ด้านระบบนิเวศของนวัตกรรม ด้านการปรับตัวของภาคธุรกิจ และศักยภาพด้านนวัตกรรม

ด้วยอันดับที่ 35 ของไทย จึงสามารถแบ่งระดับ 4 ระดับ ได้แก่

- (1) ประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าไทยมาก ได้แก่ ประเทศในลำดับที่ 1 ถึง 15
- (2) ประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าไทย ได้แก่ ประเทศในลำดับที่ 16 ถึง 25
- (3) ประเทศที่มีศักยภาพใกล้เคียงไทย ได้แก่ ประเทศในลำดับที่ 26 ถึง 34
- (4) ประเทศที่มีศักยภาพต่ำกว่าไทย ได้แก่ ประเทศในลำดับต่ำกว่า 35

ตารางที่ 3.1: อันดับประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขัน SME มากที่สุดในโลก 40 อันดับแรก ปี 2018

Rank	Countries	Policy	Infrastructure	HRD	Finance	Marketing	Innovation	SCORE
1	United States	77.96	85.39	85.92	78.21	99.20	86.50	85.53
2	Germany	69.54	85.79	87.48	69.38	85.82	84.55	80.43
3	Singapore	80.07	81.84	82.02	65.92	71.05	74.84	75.96
4	Japan	61.77	89.63	80.26	57.47	86.69	77.51	75.55
5	Netherlands	67.06	88.36	87.23	56.47	73.95	78.91	75.33
6	Switzerland	69.07	89.65	90.42	59.36	65.90	77.34	75.29
7	United Kingdom	63.15	84.61	83.43	58.17	81.66	79.06	75.01
8	Finland	71.36	78.57	89.61	68.16	57.39	77.31	73.73
9	Sweden	65.12	82.15	87.19	61.80	65.07	79.81	73.52
10	Hong Kong SAR	69.88	81.05	83.06	61.25	71.09	68.20	72.42
11	China	59.63	75.33	69.41	57.07	100.00	64.51	70.99
12	Malaysia	71.34	74.32	75.71	65.69	73.04	64.63	70.79
13	Canada	57.35	75.93	85.06	52.26	76.71	75.50	70.47
14	Israel	57.28	77.92	84.49	66.92	59.16	76.83	70.43
15	Korea, Rep.	52.37	90.36	79.08	42.88	78.51	74.93	69.69
16	France	51.81	85.56	79.17	46.93	81.46	72.73	69.61
17	Denmark	60.17	83.56	86.82	48.36	59.55	77.25	69.29
18	Norway	61.88	71.97	87.50	56.72	61.34	72.40	68.63
19	Taiwan, China	52.10	71.06	80.05	57.67	74.16	76.56	68.60
20	Luxembourg	73.67	80.66	80.08	60.15	49.95	66.99	68.58
21	Australia	54.55	74.01	85.33	52.21	72.29	72.50	68.48
22	United Arab Emirates	74.50	74.76	69.90	59.38	70.98	59.18	68.12
23	Belgium	49.27	81.02	82.98	52.59	68.95	73.60	68.07
24	New Zealand	67.57	72.48	86.34	59.31	53.79	68.90	68.07
25	Austria	52.62	82.62	82.84	48.29	64.33	72.07	67.13
26	Qatar	69.73	69.79	74.59	61.67	60.42	57.99	65.70
27	Spain	41.51	85.39	78.00	45.42	76.69	64.56	65.26
28	Ireland	57.16	72.32	83.54	41.74	64.03	71.99	65.13
29	Saudi Arabia	68.25	70.45	75.09	49.78	76.26	49.30	64.85
30	India	64.16	60.98	54.22	58.89	92.68	57.46	64.73
31	Indonesia	59.00	63.32	65.08	53.28	81.62	53.05	62.56
32	Czech Republic	39.19	78.41	76.81	51.01	64.57	63.74	62.29
33	Oman	68.85	67.11	73.54	55.90	55.77	47.69	61.48
34	Iceland	60.50	66.95	87.04	49.31	31.46	71.16	61.07
35	Thailand	49.08	64.99	68.64	50.99	74.88	56.53	60.85
36	Estonia	56.18	72.33	79.18	52.02	42.32	60.90	60.49
37	Portugal	45.41	78.54	76.13	40.52	60.13	61.39	60.35
38	Russian Federation	49.80	69.29	67.39	33.47	83.96	56.80	60.12
39	Italy	31.84	77.32	77.35	27.28	79.08	65.57	59.74
40	Azerbaijan	63.77	68.06	68.25	49.96	53.95	52.38	59.39

ที่มา: มูลินนิธิ สวค. ข้อมูลจาก WEF. (2018).

3.1.2 การเลือกประเทศ

ในการเลือกประเทศในแต่ละระดับนั้น จะไม่เลือกจากอันดับ เนื่องจากผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่าในแต่ละระดับ ประเทศในกลุ่มดังกล่าวมีศักยภาพที่ใกล้เคียงกัน คือ สูงกว่ากันไม่มากนัก นอกจากนั้น อาจสูงกว่าเพียงบางมิติ และต่ำกว่าบางมิติก็ได้ ในการเลือกจึงจะเลือกจากความเหมาะสม คือ (1) มีความคล้ายคลึงกับไทย ทั้งด้านโครงสร้างเศรษฐกิจ ทรัพยากรสำคัญ วัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น และ (2) เป็นประเทศที่มีข้อมูลจำนวนมากเพื่อให้ศึกษาเชิงลึกโดยเฉพาะประเทศที่ใช้ภาษาสากล ผู้วิจัยจึงได้เลือกประเทศในแต่ละชั้นที่ทำการศึกษา ชั้นละ 1-2 ประเทศและมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

- (1) ประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าไทยมาก ได้แก่ ประเทศจีน และประเทศเกาหลีใต้
- (2) ประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าไทย ได้แก่ ประเทศไต้หวัน
- (3) ประเทศที่มีศักยภาพใกล้เคียงไทย ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย

3.2 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศจีน

กิจการขนาดย่อมและขนาดกลางของจีนมีบทบาทและเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นอย่างมาก จากข้อมูลสถิติปี 2017 พบว่าในประเทศจีนมีธุรกิจดังกล่าวสูงถึงร้อยละ 99.6 ของธุรกิจทั้งหมดในประเทศจีน และเป็นแหล่งสร้างงานที่สำคัญในกับคนในประเทศถึงร้อยละ 80 มีการถือครองสิทธิบัตรถึงร้อยละ 70 สร้างรายได้ทางภาษีคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 ของรายได้จากภาษีทั้งหมดของภาครัฐ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 ของ GDP¹

นิยามของ SME ในจีนตาม SME Promotion Law 2017 ระบุว่า SME คือ บริษัทซึ่งมีขนาดค่อนข้างเล็กทั้งในด้านบุคลากรและขอบเขตธุรกิจ สำหรับเกณฑ์ในการแบ่งประเภทกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมตามที่รัฐบาลของจีนกำหนด จะแบ่งกิจการออกเป็นวิสาหกิจรายย่อย ขนาดย่อมและขนาดกลาง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่หลากหลาย อาทิ อุตสาหกรรมที่กิจการนั้นอยู่ ยอดขาย สินทรัพย์รวม และจำนวนลูกจ้าง และสามารถสรุปนิยามของ SME ในจีนตามประเภทอุตสาหกรรมและขนาดของธุรกิจได้ดังตารางที่ 3.2²

ตารางที่ 3.2: รายละเอียดนิยาม SME ของประเทศจีน

ประเภทอุตสาหกรรม	SME		กิจการขนาดกลาง (Medium Business)		กิจการขนาดย่อม (Small Business)		กิจการรายย่อย (Micro-enterprises)	
	จำนวนลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวนลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวนลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวนลูกจ้าง	ยอดขาย
เกษตรกรรม ป่าไม้ ประมงและสัตว์น้ำ	-	≤ 20 ล้าน	-	≥ 5 ล้าน	-	≥ 5 แสน	-	≤ 5 แสน
การผลิต	< 1,000 คน	≤ 400 ล้าน	≥ 300 คน	≥ 20 ล้าน	≥ 20 คน	≥ 3 ล้าน	< 20 คน	≤ 3 ล้าน
การก่อสร้าง	-	≤ 800 ล้าน	-	≥ 60 ล้าน	-	≥ 50 ล้าน	< 10 คน	≤ 50 ล้าน
ขายส่ง	< 200 คน	≤ 400 ล้าน	≥ 20 คน	≥ 50 ล้าน	≥ 5 คน	≥ 10 ล้าน	< 5 คน	≤ 10 ล้าน

¹ EU SME Centre. (2019). *SMEs in China: Policy Environment Report*.

² OECD. (2016). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard*. OECD Publishing: Paris, https://doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2016-en.

ประเภทอุตสาหกรรม	SME		กิจการขนาดกลาง (Medium Business)		กิจการขนาดย่อม (Small Business)		กิจการรายย่อย (Micro-enterprises)	
	จำนวน ลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวน ลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวน ลูกจ้าง	ยอดขาย	จำนวน ลูกจ้าง	ยอดขาย
ขายปลีก	< 300 คน	≤ 200 ล้านบาท	≥ 50 คน	≥ 5 ล้านบาท	≥ 10 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 10 คน	≤ 1 ล้านบาท
ขนส่ง	< 1,000	≤ 300 ล้านบาท	≥ 300 คน	≥ 30 ล้านบาท	≥ 20 คน	≥ 2 ล้านบาท	< 20 คน	≤ 2 ล้านบาท
คลังสินค้า	< 200	≤ 300 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 10 ล้านบาท	≥ 20 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 20 คน	≤ 1 ล้านบาท
ไปรษณีย์	< 1,000	≤ 300 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 10 ล้านบาท	≥ 20 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 20 คน	≤ 1 ล้านบาท
โรงแรม/บริการจัด เลี้ยง	< 300	≤ 100 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 20 ล้านบาท	≥ 10 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 10 คน	≤ 1 ล้านบาท
การส่งข้อมูลข่าวสาร	< 2,000	≤ 1,000 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 10 ล้านบาท	≥ 10 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 10 คน	≤ 1 ล้านบาท
ซอฟต์แวร์/บริการ ข้อมูล	< 300	≤ 100 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 10 ล้านบาท	≥ 10 คน	≥ 5 แสน	< 10 คน	≤ 5 แสน
อสังหาริมทรัพย์	-	≤ 2,000 ล้านบาท	-	≥ 10 ล้านบาท	-	≥ 1 ล้านบาท	-	≤ 1 ล้านบาท
การจัดการ อสังหาริมทรัพย์	< 1,000	≤ 50 ล้านบาท	≥ 300 คน	≥ 10 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 5 ล้านบาท	< 100 คน	≤ 5 ล้านบาท
เช่าซื้อและบริการ	< 300	≤ 1,200 ล้านบาท	≥ 100 คน	≥ 80 ล้านบาท	≥ 10 คน	≥ 1 ล้านบาท	< 10 คน	≤ 1 ล้านบาท

ที่มา: มูลนิธิ สวค. ประมวลผลจาก OECD. (2016).

หมายเหตุ: จำนวนเงินมีหน่วยเป็นหยวน

ธุรกิจ SME ยุโรปในปะเทศจีน³

SME ยุโรปในปะเทศจีนต้องเผชิญกับความท้าทายที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นขนาดของธุรกิจ ซึ่งมีการแบ่งประเภทและนิยาม SME ที่แตกต่างจากในยุโรป และข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา SME อาทิ แหล่งเงินทุน การจัดการทางด้านเอกสาร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การขาดแคลนเทคโนโลยีหลักและทักษะในการบริหารจัดการ รวมถึงการกำหนดมาตรฐานและการจัดซื้อจัดจ้าง

คณะกรรมการยุโรป (European Commission) ได้แบ่งกิจการขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย โดยใช้เกณฑ์จำนวนพนักงานหรือลูกจ้างและยอดขายเป็นตัวกำหนด โดย SME คือ กิจการที่มีลูกจ้างน้อยกว่า 250 คน และมียอดขายต่อปีไม่เกิน 50 ล้านยูโร หรือมีสินทรัพย์รวม 43 ล้านยูโร ซึ่งคล้ายกับจีน ธุรกิจ SME เป็นตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญในยุโรป โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 99.8 ของธุรกิจทั้งหมดในยุโรป ทำให้เกิดการจ้างงานร้อยละ 66.4 และสร้างมูลค่าเพิ่มร้อยละ 56.8 ทั้งนี้ ร้อยละ 93.1 ของ SME ทั้งหมด คือ กิจการรายย่อย (Micro Enterprises)

จากการสำรวจของ The European Business in China Business Confidence Survey (BCS 2019) ได้ทำการสำรวจกิจการยุโรป 585 กิจการที่อยู่ในปะเทศจีน พบว่ามีอัตราการตอบกลับ ร้อยละ 52 และครึ่งหนึ่งของกิจการดังกล่าวไม่ได้รับการให้บริการที่พึงพอใจจากรัฐบาลจีน

³ OECD. (2016). Financing SMEs and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard. *OECD Publishing: Paris.*
https://doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2016-en.

ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของ SMEs และผู้ประกอบการในจีน

หลายปีที่ผ่านมา รัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการส่งเสริมการเติบโตของ SME โดยกำหนดเป็นกฎหมายและกฎระเบียบสำหรับ SME โดยเฉพาะ และหนึ่งในกฎหมายดังกล่าว คือ กฎหมายส่งเสริม SME ฉบับใหม่ (SME Promotion Law) ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2561 ประกอบกับตลอดปี พ.ศ. 2561 และ พ.ศ. 2562 มีเหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ และความตึงเครียดทางการค้ากับสหรัฐฯ ซึ่งส่งผลให้เกิดการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศและพัฒนาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในประเทศจีนมากขึ้น และนโยบายสำหรับ SME ในประเทศจีนดังกล่าว มีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ

มาตรการสำหรับขั้นตอนในการจัดการ (Administrative Procedures) ต้นทุนในการจัดการเป็นหนึ่งในอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนา SME ในจีน โดยรัฐบาลจีนได้กำหนดไว้ในกฎหมายส่งเสริม SME เกี่ยวกับระบบการพิจารณาอนุมัติจัดตั้งบริษัท โดยลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ช่วยลดระยะเวลาในการอนุมัติ มีการพัฒนาบริการ Online และมีระบบการประเมินผลการบริการของภาครัฐ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถจัดตั้งธุรกิจได้สะดวกเร็วขึ้น

2) ด้านการตลาด

รัฐบาลจีนมีการสนับสนุนการพัฒนาตลาด SME (SME Market Development) ผ่านกฎหมายส่งเสริม SME โดยสนับสนุนการพัฒนา SME ในตลาดต่างประเทศผ่านมาตรการต่าง ๆ เช่น การอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การลดขั้นตอนสำหรับผู้ที่ต้องเดินทางเข้าออกประเทศ ตลอดจนสนับสนุนสถาบันการเงินโดยอิงนโยบายระดับชาติในการให้สินเชื่อการนำเข้าและส่งออก

การแข่งขันและการจัดซื้อจัดจ้าง กฎหมายส่งเสริม SME สนับสนุนให้ SME มีส่วนร่วมในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐได้ โดยมีงบประมาณในการจัดซื้อสำหรับ SME มากกว่าร้อยละ 30 รวมถึงมีการผ่อนปรนข้อกำหนดมาตรฐานในการสั่งซื้อ การทบทวนการเสนอราคา และการจัดซื้อจัดจ้างแบบพิเศษ นอกจากนี้ ภาครัฐยังสร้างความมั่นใจในการแข่งขัน โดยใช้หลักการ “Three Equalities” ซึ่งเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่างสำหรับ SME ตลอดจนการสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดใหญ่และขนาดย่อมด้วย

3) ด้านการเงิน

1. การจัดหาเงินทุน (Financing) โดยมีการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน
 - การสนับสนุนทางการเงินจากภาครัฐ ซึ่งเป็นแผนงาน 5 ปี ได้แก่ การจัดตั้งกองทุนพิเศษเพื่อการพัฒนา SME มุ่งเน้นกิจการขนาดย่อมและรายย่อย (Micro and Small Enterprises)
 - การสนับสนุนทางการเงินจากภาคเอกชน เป็นการสนับสนุนทั้งทางตรงและทางอ้อมจากสถาบันการเงิน รวมถึงมีข้อกำหนดใหม่บางประการเพื่ออำนวยความสะดวกทางการเงิน โดยการสนับสนุนทางการเงินทางตรง ได้แก่ กฎหมายการส่งเสริมการค้า SME ได้ส่งเสริมให้มีการพัฒนาระบบตลาดทุนหลายระดับ และตลาดตราสารหนี้ ตลอดจนช่องทางในการระดมทุนทางตรงของ SME ผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (National Equities

Exchange and Quotation: NEEQ) นอกจากนี้ รัฐบาลจีนได้ประกาศมาตรการ Fast-Tracking ในการเสนอขายหุ้น IPO ของ SME ซึ่งเป็นการกระตุ้นการจดทะเบียนของ SME ในตลาดหลักทรัพย์ด้วย ส่วนการสนับสนุนทางการเงินทางอ้อม ได้แก่ กฎหมายส่งเสริม SME อนุญาตให้ใช้ทรัพย์สินสังหาริมทรัพย์และลูกหนี้เป็นหลักประกันในการจัดหาเงินทุนที่มีหลักประกัน และยังส่งเสริมการค้าประกันสินเชื่อ การส่งเสริมการใช้สังหาริมทรัพย์เป็นช่องทางระดมทุนสำหรับ SME อีกด้วย

นอกจากนั้น ในปี พ.ศ. 2561-2562 จีนยังมีการปรับอัตราเงินสำรองสำหรับธนาคารขนาดกลาง และขนาดเล็ก เพื่อให้ธนาคารสามารถปล่อยเงินกู้ได้มากขึ้น ส่งผลให้มีการปล่อยสินเชื่อเงินกู้ให้แก่ SME เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 รวมถึงการขยายวงเงินสินเชื่อ Refinance หรือการปรับลดเพดานหนี้เสีย (NPL) โดยผลจากการสำรวจความพึงพอใจจากการใช้บริการหลังจากมีมาตรการผ่อนคลายทางด้านสินเชื่อ พบว่า

- ความง่ายในการขอสินเชื่อเพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 6 ในปี พ.ศ. 2561 เพิ่มสูงถึงร้อยละ 57 ในปี พ.ศ. 2562
- ระยะเวลาในการอนุมัติ จากเดิมมีอัตราการรอคอยนานอยู่ที่ร้อยละ 70 ในปี พ.ศ. 2561 ลดเหลือเพียงร้อยละ 14 ในปี พ.ศ. 2562
- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลดลง จากเดิมร้อยละ 59 ในปี พ.ศ. 2561 เห็นว่าดอกเบี้ยสูงขึ้น ลดเหลือเพียงร้อยละ 17 ในปี พ.ศ. 2562

สำหรับการพัฒนามาตรการในระดับประเทศส่งผลให้ SME ภายในประเทศกับ SME ต่างชาติ มีสิทธิในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเท่ากัน ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อกำไรสุทธิของ SME และบริษัทที่มีมูลค่าตลาดปานกลาง (Midcaps)

2. การลดภาระทางการเงิน (Reduction of Financial Burden) กฎหมายส่งเสริม SME (SME Promotion Law) มีการผ่อนปรนทางด้านภาษี การยกเว้นภาษีเงินได้หรือภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และลดค่าธรรมเนียม เพื่อเป็นการสนับสนุนกิจการขนาดย่อมและกิจการรายย่อย ดังนี้
 - จากเดิม กิจการที่มียอดขายต่อเดือนระหว่าง 20,000 ถึง 30,000 หยวน จะได้มีการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561-2563 มีการขยายวงเงินเป็นยอดขายระหว่าง 20,000 ถึง 100,000 หยวนต่อเดือน
 - SME ที่เสียภาษีไม่ถึง 1 ล้านหยวนต่อปี จะคิดภาษีจากรายได้เพียงร้อยละ 25 เท่านั้น
 - การปรับลดค่าธรรมเนียมในการดำเนินการและค่าใช้จ่ายในการบริหาร โดยมีนโยบาย “Zero Charges” เพื่อเป็นการลดภาระทางการเงินได้อีกทางหนึ่ง

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

จีนให้ความสำคัญกับทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) โดยมีมาตรการในการสร้างแรงจูงใจ โดยใช้สิทธิบัตร เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใน SME มีการเพิ่มความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาความสามารถในการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาของ SME เช่น การให้คำแนะนำ SME ใช้สิทธิบัตรในการจัดหาเงินทุนหรือขอเครดิตเงินกู้ เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของ SME และกลไกการกำกับดูแล ภายใต้กฎหมาย ส่งเสริม SME มีกลไกตรวจสอบหน่วยงานของรัฐและองค์กรขนาดใหญ่ เพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิของ SME ไปจนถึงหน่วยงานระดับท้องถิ่น อาทิ การละเมิดสัญญา การฉ้อโกง การบงกชให้ SME เข้าร่วม กิจกรรมที่ไม่ได้รับคำสั่ง การผูกขาด การประเมิณผล และมีการกำหนดมาตรฐานค่าธรรมเนียมในการ ดำเนินการให้เหมาะสมและไม่เอาเปรียบ SME เป็นต้น

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้

การสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจ้างงานในประเทศจีน นับเป็นหนึ่งในปัญหาที่สร้างความกดดันให้ผู้ประกอบการ SME ทั้งนี้ จีนได้มีการจัดการโดยกฎหมายส่งเสริม SME ได้กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในระดับประเทศแนะนำให้นักศึกษาจบใหม่ให้ทำงาน ในกิจการ SME รวมถึงมุ่งเพาะให้เกิดผู้ที่มีความสามารถทางด้านนวัตกรรมโดยการฝึกอบรมและให้ความรู้ เฉพาะทาง และมีการให้ค่าตอบแทนหรือแรงจูงใจในการเข้าทำงานกับ SME เช่น ค่าเล่าเรียน เงินอุดหนุน และสินเชื่อการศึกษา เป็นต้น

การสนับสนุนนวัตกรรมและความเป็นผู้ประกอบการ เป็นยุทธศาสตร์และวาระระดับชาติที่จีน ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งทำให้จีนเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจและเป็นคู่แข่งประเทศยักษ์ใหญ่ อย่างสหรัฐอเมริกา จีนมีการส่งเสริมการยกระดับเทคโนโลยีของ SME โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านมาตรการต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมให้บริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศขนาดใหญ่เผยแพร่แหล่งข้อมูลสำหรับ SME สนับสนุนการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการวิจัยและพัฒนา และส่งเสริมการบูรณาการเทคโนโลยีไอทีสมัยใหม่กับการผลิต แบบดั้งเดิม

3.3 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศเกาหลีใต้

ประเทศเกาหลีใต้ให้ความสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและรายย่อยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เพื่อแก้ปัญหาการว่างงานจากวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น โดยถือว่าเป็นหนึ่งในประเทศต้นแบบที่ต้องการผลักดันให้บริษัทขนาดเล็กเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ในปัจจุบันประเทศเกาหลีใต้มีบริษัทขนาด MSE คิดเป็นร้อยละ 63 ของบริษัททั้งหมดในประเทศ มีอัตราการว่างงานประมาณร้อยละ 3.8 โดยข้อได้เปรียบของปัจจัยแวดล้อมผู้ประกอบการของประเทศเกาหลีใต้คือการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านโครงสร้างพื้นฐาน รวมไปถึงการเข้ามามีบทบาทของศูนย์บ่มเพาะ (Incubators และ Accelerators) ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่เชื่อมส่วนต่าง ๆ ของปัจจัยแวดล้อมเข้าด้วยกันในด้านต่าง ๆ ดังนี้⁴⁵

1) ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ

ประเทศเกาหลีใต้มีการออกกฎหมายเพื่อส่งเสริมการพัฒนา MSE แยกออกมาจาก SME โดยพระราชบัญญัติสำคัญ ได้แก่ Act on Special Measure for Development of Small Enterprise และในปี พ.ศ. 2543 ได้มีการเพิ่ม Micro-Enterprise supporting Act เพื่อเพิ่มเติมวิสาหกิจรายย่อยเข้าไปในพระราชบัญญัติเดิม จนในปี พ.ศ. 2558 มีการออก Act on the Protection of and Support for Micro Enterprises เพื่อปกป้องและสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อยโดยเฉพาะ ทำให้งบประมาณในการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2551 ที่มีงบประมาณ 287.5 พันล้านวอน (7.56 พันล้านบาท) เป็น 1,555 พันล้านวอน (40.88 พันล้านบาท) ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2559 ได้มีการออกแผนสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อย (1st Basic Plan for Micro-Enterprise Support) เพื่อเพิ่มศักยภาพทั้งด้านการเพิ่มผลประกอบการและการดำรงอยู่ของธุรกิจในระยะยาว

2) ด้านการตลาด

มีการสนับสนุนด้านการส่งออกผ่าน Export Marketing Program โดยหน่วยงานของรัฐ และผ่านทาง Incubators และ Accelerators ของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมไปถึงมีการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับต่างประเทศ มีนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างจากรัฐบาล โดยรัฐบาลเกาหลีใต้มีความต้องการให้หน่วยงานของรัฐและบริษัทเอกชนจัดซื้อเทคโนโลยีจากวิสาหกิจ SME ที่ได้รับการรับรองจากรัฐบาล มีตัวอย่างโครงการดังต่อไปนี้

- การส่งเสริมการส่งออก ประเทศเกาหลีใต้มีโครงการสนับสนุนศูนย์บริการเอกชนในต่างประเทศ โดยแต่งตั้งบริษัทที่ปรึกษาภาคเอกชน 153 แห่งในเขตเศรษฐกิจสำคัญของโลก และมอบหมายหน้าที่ให้ช่วยเหลือดูแล ให้คำแนะนำแก่วิสาหกิจ SME ที่ต้องการลงทุนและส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ หน้าที่ของศูนย์ให้ความช่วยเหลือในต่างประเทศยังรวมถึงการสำรวจตลาด จับคู่ นักธุรกิจ สร้างเครือข่ายทางการค้า และให้คำแนะนำเฉพาะทาง เช่นด้านการเงิน กฎระเบียบ และกฎหมาย ระหว่างปี พ.ศ. 2544 ถึงปี พ.ศ. 2548 มีบริษัทที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการจำนวน 752 ราย
- โครงการตลาดต่างประเทศ เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2543 มีจุดประสงค์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกของวิสาหกิจ SME วัตถุประสงค์ของโครงการคือช่วยเหลือวิสาหกิจ

⁴ Seok-Il Hong (2017). The Development and Characteristics of Micro-Enterprise Policy in Korea. *KIET Industrial Economic Review*. KIET Industrial Economic Review July/August 2017 Vol. 22 No. 4

⁵ Kim, J. Y. (2006). SME innovation policies in Korea. The Pacific Economic Cooperation Council

ขนาดเล็กให้สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศโดยใช้ประสบการณ์และเครือข่ายของบริษัทขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ และรับเงินสนับสนุนในการดำเนินการบางส่วนจากทั้งรัฐบาลและบริษัทชั้นนำ

- โครงการรับประกันการซื้อเทคโนโลยีใหม่ โดยวิสาหกิจที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการว่าจ้างและได้รับงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันของรัฐ เช่น Korea Electric Power Corporation, Korea Gas Corporation, Korea Railroad Corporation และบริษัทเอกชนขนาดใหญ่อื่น ๆ ซึ่งมีการรับประกันว่าเทคโนโลยีที่ถูกคิดค้นขึ้นจะได้รับการซื้อจากผู้ว่าจ้าง

3) ด้านการเงิน

รัฐบาลเกาหลีใต้มีการสนับสนุนด้านการเงินต่อธุรกิจ SME ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การสร้างเครือข่ายการลงทุนร่วม (Venture Capital) และสินเชื่อค้ำประกันจากรัฐบาลเพื่อช่วยเหลือ SME ที่ไม่สามารถเข้าถึงเงินกู้ธนาคารจากการไม่มีสินทรัพย์ค้ำประกัน ทั้งยังให้การสนับสนุนด้านการเงินโดยแบ่งตามระยะการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อยกระดับการแข่งขันโดยหน่วยงานของรัฐหลายแห่ง รวมไปถึงได้รับการสนับสนุนจากนักลงทุนผ่านการส่งเสริมของ Incubators และ Accelerators โครงการเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านการเงินในการสนับสนุน SME เช่น กองทุนร่วมลงทุน (Venture Investment Fund) เพื่อสร้างความมั่นคงในการร่วมทุนเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจ SME รัฐบาลเกาหลีใต้จึงมีการจัดตั้งกองทุนที่มีมูลค่ากว่า 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (15,760 ล้านบาท) ในกลางปี พ.ศ. 2549 โดยร่วมมือกับบริษัทร่วมลงทุน 102 แห่ง และหุ้นส่วน 366 คน เป็นต้น

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบด้าน MSEs ได้แก่ Ministry of SMEs and Startups หรือ MSS โดยมีเป้าหมาย คือ การส่งเสริมวิสาหกิจในทุกระยะของการเติบโตโดยการออกนโยบายสนับสนุนในหลายด้านดูแลและให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจ Startup รวมไปถึงวิสาหกิจรายย่อย โดย MSS จะทำงานร่วมกับหน่วยงานในสังกัดอีก 9 หน่วยงานที่มีหน้าที่สนับสนุนเฉพาะทาง เช่น Small Enterprise and Marketing Service (SEMAS) ซึ่งช่วยเหลือในระดับภูมิภาค โดยมีศูนย์ให้ความช่วยเหลือคือ Micro-Enterprise Support Center (MESCC) และ Small Urban Manufacturer Support Center (SUMSC) ทั้งยังร่วมงานกับหน่วยงานที่มีการสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เช่น Korea Institute of Start-up & Entrepreneurship Development (KISED) และหน่วยงานที่สนับสนุนด้านเทคโนโลยีและข้อมูลเช่น Korea Technology and Information Promotion Agency for SMEs (TIPA) รวมไปถึงอีกหลายหน่วยงานที่มีการสนับสนุนด้านการเงินและการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการขนาดเล็ก นอกเหนือจากการสนับสนุนโดยภาครัฐ ธุรกิจ Startup และวิสาหกิจขนาดย่อมยังได้รับการสนับสนุนจาก Accelerators และ Incubators โดยอยู่ในรูปแบบของโครงการส่งเสริมธุรกิจที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี โดยให้ความช่วยเหลือทั้งด้านการเงินและด้านอื่น ๆ ตัวอย่าง Accelerators ในประเทศเกาหลีใต้ ได้แก่ Softbank Ventures, Stonebridge Capital, Korea Investment Partners, MBK Partners และ Sparklabs

- ประเทศเกาหลีใต้ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานให้คำปรึกษา เช่น Korea SMEs and Startups Agency (KOSME) โดยมีบริการวิเคราะห์ธุรกิจเพื่อให้คำปรึกษาและแนะนำแนวทางในการแก้ไขช่วยเหลือ SMEs ออกแบบผลิตภัณฑ์ สร้างต้นแบบรวมถึงให้คำปรึกษาด้านการตลาด และมี Korea Small Business Institution (KOSBI) หน่วยงานวิจัยเกี่ยวกับการสนับสนุนและพัฒนา SMEs

- รัฐบาลเกาหลีใต้ได้มีการนำเนินโครงการสนับสนุนการจัดตั้งและดำเนินการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubators; BIs) ที่มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย โดยผู้ได้รับผลประโยชน์หลักของโครงการคือ วิสาหกิจด้านเทคโนโลยี วิสาหกิจ Start-up และวิสาหกิจเริ่มต้นที่มีศักยภาพ โครงการมีการจัดสรรพื้นที่ทำธุรกิจเป็นระยะเวลา 2 ถึง 3 ปี ให้ความช่วยเหลือในด้านการบริหาร เทคโนโลยี บริการให้คำปรึกษาด้านการตลาด รวมไปถึงการให้ความช่วยเหลือในการจัดหาเงินทุน

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้

ประเทศเกาหลีใต้ให้ความสำคัญในการดูแลวิสาหกิจ SMEs ที่เป็นผู้ดำเนินการสร้างนวัตกรรม โดยมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ผลิต สถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัย ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีเชิงพาณิชย์ และสนับสนุนให้ภาครัฐใช้งบประมาณด้านเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจ SME รวมไปถึงมีการจัดอบรมให้ความรู้และสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการในหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมีการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยในหลายโครงการ

- โครงการนวัตกรรมเทคโนโลยี SME มุ่งเน้นการสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี โดยวิสาหกิจจะได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายร้อยละ 50 จากรัฐบาลกลาง และร้อยละ 25 จากรัฐบาลท้องถิ่น เมื่อโครงการประสบผลสำเร็จรัฐบาลจะได้รับเงินคืนร้อยละ 30 ของเงินสนับสนุนโดยคิดเป็นค่าธรรมเนียมเทคโนโลยีซึ่งสามารถผ่อนจ่ายได้ในระยะเวลา 5 ปี
- โครงการสมาคมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย เป็นโครงการเพื่อสนับสนุน SME ท้องถิ่นที่ขาดขีดความสามารถด้านนวัตกรรม โดยเพิ่มการเข้าถึงการใช้งานอุปกรณ์ และทรัพยากรมนุษย์ของมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย วิสาหกิจจะได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายร้อยละ 50 จากรัฐบาลกลาง และร้อยละ 25 จากรัฐบาลท้องถิ่นเป็นระยะเวลา 1 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2536 ถึงปี พ.ศ. 2547 มีนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการยื่นขอสิทธิบัตร 5,026 ชิ้น และมีต้นแบบเทคโนโลยีเกิดขึ้น 13,600 ชิ้นงาน

3.4 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศไต้หวัน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไต้หวันมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนหากเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในหลายด้าน เช่น รัฐบาลมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและให้อิสระดำเนินกิจการ จึงเป็นสาเหตุให้โครงสร้าง SME ในประเทศไต้หวันมีความโดดเด่น ประเทศไต้หวันในอดีตผลิตสินค้าประเภทมูลค่าเพิ่มต่ำสำหรับการส่งออกและขายแรงงานให้แก่กิจการต่างประเทศเป็นหลัก จึงขยายการผลิตไปยังสินค้ามูลค่าเพิ่มสูง รวมไปถึงภาคการบริการที่หลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้ในปัจจุบันมีการผลิตสินค้าประเภทเทคโนโลยีทั้งทางด้านการสื่อสารและการเกษตร กิจการที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันมักจะอยู่ใกล้กัน ทำให้เกิดการแข่งขัน บริษัทส่วนใหญ่จึงเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพและ มีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล จากการตรวจสอบความแตกต่างในการผลิตและเปรียบเทียบคุณภาพของสินค้ากับบริษัทใกล้เคียง ทำให้คุณภาพสินค้าเพิ่มขึ้น ในขณะที่ราคาลดลง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ อุตสาหกรรมชาใน Sun-Moon Lake ที่มีร้านชาอย่างน้อย 4 แบรินด์ในพื้นที่ใกล้กัน⁶

รัฐบาลไต้หวันแบ่ง SMEs เป็น 2 ประเภท โดยแบ่งตามประเภทของสินค้า ยอดขายและจำนวนลูกจ้าง โดยประเภทแรก คือ อุตสาหกรรมการผลิต การก่อสร้าง เหมืองแร่ (อุตสาหกรรมหนัก) ซึ่งมียอดขายไม่เกิน 80 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน (86.4 ล้านบาท) และมีลูกจ้างไม่เกิน 200 คน ประเภทที่สอง คือ อุตสาหกรรมการบริการและด้านอื่น ๆ ที่มียอดขายไม่เกิน 100 ล้านดอลลาร์ไต้หวัน (108 ล้านบาท) และมีลูกจ้างไม่เกิน 100 คน SMEs กว่าร้อยละ 79.98 อยู่ในอุตสาหกรรมการบริการ และร้อยละ 47.27 อยู่ในอุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีก ตามมาด้วยอุตสาหกรรมที่พักอาศัยและบริการด้านอาหาร ร้อยละ 11.16 สุดท้ายคืออุตสาหกรรมการผลิต ร้อยละ 9.81 จากสถิติในปี 2018 พบว่า มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากถึง 1,466,209 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 97.64 ของธุรกิจทั้งหมดในประเทศไต้หวัน นำมาซึ่งการจ้างงานกว่า 8,965,000 คน สร้างมูลค่ากว่า 12.64 ล้านล้านดอลลาร์ไต้หวัน (13.6 ล้านล้านบาท) ในขณะเดียวกัน SMEs ในประเทศไต้หวันกำลังเผชิญปัญหาในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะการขาดความพร้อมทางด้านข้อมูล แหล่งเงินทุน และทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนการขาดความรู้ในด้านการใช้เครื่องมือทางการเงิน เช่น ไม่สามารถจัดทำงบการเงินแบบเบ็ดเสร็จสำหรับการจัดหาเงินทุนโดยตรง การกู้ยืมเงินจากสถาบันมีข้อจำกัดมากกว่า หากเทียบกับบริษัทขนาดใหญ่ รัฐบาลไต้หวันเล็งเห็นปัญหาในจุดนี้ จึงเข้ามาช่วยเหลือและสนับสนุนเงินทุนทางอ้อม เพื่อช่วยยกระดับ SMEs ในประเทศ

1) ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ

เกิดการปฏิรูปกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของ SME โดยในอดีต SME ในไต้หวันต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากกฎเกณฑ์และข้อบังคับส่วนใหญ่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจขนาดใหญ่ ดังนั้น เพื่อขยายโอกาสในการเติบโตให้แก่ SME และลดความเหลื่อมล้ำทางการดำเนินธุรกิจ รัฐบาลไต้หวันจึงมีการปฏิรูปกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME รวมถึงมีการจัดทำ A Legal and Regulatory Adjustment Data Exchange Platform เพื่อเป็นศูนย์กลางการรับฟังข้อคิดเห็นจากมุมมองผู้ประกอบการ SME ต่อการออกกฎหมาย กฎเกณฑ์ หรือข้อบังคับต่าง ๆ

⁶ Tzong-Ru Lee and Irsan Prawira Julius Jioe. (2017). Taiwan's Small and Medium Enterprises (SMEs). *Contemporary Postcolonial Asia*.

นอกจากนี้ ยังมีการกระจายอำนาจสู่รัฐบาลในท้องถิ่น เนื่องจากรัฐบาลกลางเคยประสบปัญหาความยากลำบากในการจัดสรรทรัพยากรให้ SME ซึ่งมีความเชี่ยวชาญและมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ดังนั้น เพื่อให้การจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ รัฐบาลกลางจึงมอบอำนาจแก่รัฐบาลท้องถิ่นให้เป็นผู้ดำเนินการ เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการในท้องถิ่นมากกว่า

2) ด้านการตลาด

ประเทศไต้หวันมีการดำเนินโครงการฟื้นฟูอุตสาหกรรมท้องถิ่นโดยการพัฒนาเชิงลึกและการขยายตลาด ดังนี้

1. ส่งเสริมการพัฒนาโดยการรวมกลุ่มกันในท้องถิ่น
 - สร้างโอกาสในการจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้น โดยสนับสนุนการสร้างโครงสร้างอุตสาหกรรมแบบการรวมกลุ่มกันในพื้นที่ใกล้เคียง
2. ช่วยให้อุตสาหกรรมท้องถิ่นมีความสามารถในการแข่งขัน
 - สร้างเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นผ่านสินค้า OTOP (One Town One Product) เพื่อไปร่วมในงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ สร้างความน่าสนใจให้แต่ละท้องถิ่น
3. การจับคู่ทางธุรกิจและการขยายตลาดการส่งออก
 - มีการใช้การตลาดสมัยใหม่ผ่านช่องทาง E-commerce เพื่อให้ SMEs ขยายฐานไปสู่ตลาดสากล
 - การใช้บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญมาช่วยในการพัฒนา SMEs ให้สร้างมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และนำเสนอโมเดลธุรกิจแบบนวัตกรรม เพื่อเชื่อมตลาดภายในและภายนอกเข้าด้วยกัน และร่วมกันสร้างความสามารถในการส่งออก

3) ด้านการเงิน

1. การสนับสนุนทางด้านที่ปรึกษาทางการเงินและการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ
 - จัดตั้งศูนย์ SME Instant Solution Service Center เพื่อให้คำปรึกษาของแต่ละธุรกิจ ประเภทธุรกิจ เช่น ด้านความต้องการเฉพาะของแต่ละธุรกิจ หรือด้านการเงิน เพื่อบริหารความเสี่ยง
 - จัดทำ Platform เพื่อให้ง่ายต่อการทำธุรกรรม นำมาสู่ความชัดเจนและโปร่งใส เพื่อให้สถาบันการเงินง่ายต่อการตัดสินใจในการกู้ยืม
 - ออกนโยบายเงินกู้ทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยร่วมมือกับสถาบันการเงิน เพื่อวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งมีอัตราดอกเบี้ยที่ดีกว่า อีกทั้งยังมีการสนับสนุนการพัฒนาได้ระยะยาวโดยจัดโครงการ “Small and Startup Enterprise Financing Special Award” เพื่อส่งเสริมให้สถาบันการเงินในประเทศ สนับสนุนเงินกู้ให้ SMEs
 - ช่วยเหลือด้านการเงินผ่านการค้ำประกันสินเชื่อ เพื่อให้ง่ายต่อการได้รับเงินทุนเพื่อที่จะนำไปพัฒนา ซึ่งจะช่วยยกระดับทั้งในภาค SMEs และภาคเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไต้หวัน

2. การสร้างความเข้มแข็งในการลงทุนให้ SMEs

- มีการจัดตั้ง “Investment and Trust Account for Incubation and Start-up of SMEs” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการลงทุนใน SMEs ภายในประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการพัฒนาและการแข่งขันระดับนานาชาติของอุตสาหกรรมได้ทุกวัน
- เพิ่มการลงทุนในด้านวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าในตลาดให้สูงขึ้น
- จัดตั้ง Go Incubation Board for Startup and Acceleration Firms (GISA) เพื่อเป็นเครื่องมือในการระดมทุน หรือช่วยให้ SMEs ที่มีความคิดสร้างสรรค์หรือมีศักยภาพ แต่ยังไม่ถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและเป็นที่รู้จักมากขึ้น

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

รัฐบาลต้องการยกระดับความสามารถในการพัฒนาผ่านนวัตกรรมโครงสร้าง ไม่ว่าจะเป็นการอนุรักษ์พื้นที่สีเขียว การใช้พลังงาน อีกทั้งยังมีการส่งเสริมนวัตกรรมและการทำ R&D เพื่อพัฒนาภาพรวมของ SMEs จนสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

1. การใช้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการบูรณาการ Actual/Virtual และเครือข่ายแอปพลิเคชัน
 - การใช้เครือข่ายดิจิทัลในการทำงานร่วมกัน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเผยแพร่ นวัตกรรมดิจิทัลในชนบท
 - ให้ความสำคัญกับการชำระเงินผ่านระบบดิจิทัล และการตลาดในการดึงดูดผู้บริโภค
2. การยกระดับ R&D และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี
 - จัดทำโครงการ Small Business Innovation Research Program (SBIR) เพื่อช่วยให้ SMEs สามารถเข้าถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยี ซึ่งในปัจจุบันมีการร่วมมือกับนโยบาย 5+2 อุตสาหกรรม⁷ โดย 5 อุตสาหกรรม ได้แก่
 - 1) เครื่องจักรกลอัจฉริยะ (Smart Machinery)
 - 2) อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things: IoT) เพื่อเป็นซิลิคอนวัลเลย์แห่งเอเชีย
 - 3) พลังงานสีเขียว (Green Energy)
 - 4) อุตสาหกรรมเภสัชภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotech Pharmaceutical Industry)
 - 5) อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ (Defense Industry)และ 2 อุตสาหกรรม ได้แก่
 - 1) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)
 - 2) การเกษตรสมัยใหม่ (New Agriculture)
 - ใช้วิธีการส่งเสริมนวัตกรรมทางเทคนิคในอุตสาหกรรมแบบดั้งเดิมผ่านโครงการต่าง ๆ ซึ่งร่วมบูรณาการโดยสถาบันวิจัยที่เกี่ยวข้อง

⁷ IDB. (2019). Important Policies. From <https://www.moeaidb.gov.tw/ctrl?PRO=english.rwdAbout02&lang=1>

3. การร่วมกันของระบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อสร้างระบบนิเวศที่เหมาะสมกับการบ่มเพาะนวัตกรรม
 - สนับสนุนการบูรณาการโครงสร้างของแพลตฟอร์มการให้บริการ ในระบบนิเวศการลงทุนของไต้หวัน โดยการสนับสนุนที่ปรึกษาการลงทุนและแพลตฟอร์มที่แนะนำข้อมูล
 - มีการส่งเสริมการและพัฒนาออนไลน์แพลตฟอร์มอย่างครบถ้วนแบบ One-Stop Service
 - กระจายความช่วยเหลือผ่าน Start-up Hubs อย่างครอบคลุมทุกภูมิภาค

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้

การเสริมสร้างความเข้มแข็งของ Start-ups กลไกการบ่มเพาะและเร่งการเติบโต

1. การเพิ่มบทบาทสถานศึกษาให้กลายเป็นศูนย์บ่มเพาะ SME
 - SME Development Fund ได้ให้การสนับสนุนทางการเงินแก่สถานศึกษาและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มบทบาทในการเป็นศูนย์กลางการบ่มเพาะ
 - ส่งเสริมและให้คำแนะนำในการดำเนินธุรกิจแก่ SME โดยจัดให้มีหลักสูตรสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ
 - การมีสมาคมผู้ประกอบการเพื่อสร้างเครือข่ายธุรกิจและทำให้โอกาสในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจและผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีจำนวนและประสิทธิผลมากขึ้น
2. สร้างความเข้มแข็งให้ระบบบ่มเพาะ
 - มีการก่อตั้ง The Great Entrepreneurship Academy สนับสนุนในด้านข้อมูลให้ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจ และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งผ่านระบบ e-learning และแบบปกติ (face-to-face)
 - มีโครงการช่วยส่งเสริม Start-up ในระยะต่าง ๆ และครอบคลุมคนหลาย ๆ กลุ่ม เช่น Women's Entrepreneurship Flying Geese Program, Angel Investor Program, U-start Innovation and Startup Program, Lean Startup Guidance Program
3. กลยุทธ์ในการสร้างมาตรฐานให้ทัดเทียมนานาชาติ
 - มีการให้วีซ่าสำหรับนักลงทุน เพื่อดึงดูดให้ต่างชาติเข้ามาลงทุนมากขึ้น โครงการนี้เรียกว่า The Taiwan Innovation City Project
4. มีการจัดตั้ง “National Award of Outstanding Small and Medium Enterprises” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเลือก SMEs ที่มีความโดดเด่นในหลาย ๆ ด้าน เช่น การจัดการนวัตกรรม คุณภาพ รวมไปถึงภาพลักษณ์ที่เป็นต้นแบบของอุตสาหกรรม โดยจะได้รับการยกย่องจากสาธารณะ และถือเป็นต้นแบบของ SMEs ที่จะให้กิจการอื่น ๆ เรียนรู้แนวทางการประสบความสำเร็จ หรือได้รับแรงบันดาลใจในการนำไปพัฒนากิจการของตนเอง มีตัวอย่างรางวัล ดังนี้
 - National Award of Outstanding Small and Medium Enterprises
 - Rising Star Award
 - SMEs Innovation Award
 - Business Startup Awards
 - Model of Entrepreneurs Award

3.5 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศอินโดนีเซีย

ประเทศอินโดนีเซียได้มีการวางแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดเล็กเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2547 เพื่อเสริมสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจ โดยในปี พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2551 ได้มีการปฏิรูปกฎหมายนโยบายเศรษฐกิจใหม่ซึ่งประกอบไปด้วยนโยบายเสริมสร้างปัจจัยแวดล้อมด้านการลงทุน ด้านการเงิน และ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีเป้าหมายในการสร้างความเข้มแข็งในแก่วิสาหกิจขนาดเล็กในประเทศ ทั้งยังมีการอนุมัติกฎหมาย SME ซึ่งนิยามและวางขอบเขตต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการเข้าถึงบริการของหน่วยงานรัฐและธนาคารแห่งประเทศไทย โดยนิยามไว้ดังต่อไปนี้

วิสาหกิจรายย่อย (Micro-Enterprise) :

- วิสาหกิจที่มีสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านรูเปียห์ (107,500 บาท)⁸ โดยไม่รวมมูลค่าของอาคารและที่ดินที่ใช้ประกอบกิจการ หรือ
- วิสาหกิจที่มีรายได้ต่อปีจากการทำการค้าไม่เกิน 300 ล้านรูเปียห์ (645,100 บาท)

วิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise) :

- วิสาหกิจที่มีสินทรัพย์มากกว่า 50 ล้านรูเปียห์ (107,500 บาท) แต่ไม่น้อยกว่า 500 ล้านรูเปียห์ (1.07 ล้านบาท) โดยไม่รวมมูลค่าของอาคารและที่ดินที่ใช้ประกอบกิจการ หรือ
- วิสาหกิจที่มีรายได้ต่อปีจากการทำการค้าไม่เกิน 300 ล้านรูเปียห์ (645,100 บาท) แต่ไม่น้อยกว่า 2.5 พันล้านรูเปียห์ (5.37 ล้านบาท)

วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprise) :

- วิสาหกิจที่มีสินทรัพย์มากกว่า 500 ล้านรูเปียห์ (1.07 ล้านบาท) แต่ไม่น้อยกว่า 1 หมื่นล้านรูเปียห์ (21.5 ล้านบาท) โดยไม่รวมมูลค่าของอาคารและที่ดินที่ใช้ประกอบกิจการ หรือ
- วิสาหกิจที่มีรายได้ต่อปีจากการทำการค้าไม่เกิน 2.5 พันล้านรูเปียห์ (5.37 ล้านบาท) แต่ไม่น้อยกว่า 5 หมื่นล้านรูเปียห์ (107.5 ล้านบาท)

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของ SMEs และผู้ประกอบการของอินโดนีเซีย

MSME ในประเทศอินโดนีเซียคิดเป็นร้อยละ 99 ของวิสาหกิจในประเทศ และสร้างการจ้างงานมากกว่า 99 ล้านคน หรือมากกว่าร้อยละ 97 ของตัวเลขการจ้างงานรวม รวมไปถึงคิดเป็นร้อยละ 57 ของ GDP ประเทศ โดยประเทศอินโดนีเซียมีสถานภาพทางเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ประกอบด้วย จำนวนประชากรของประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตลาดในประเทศที่มีขนาดใหญ่ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ เสถียรภาพทางการเมือง กรอบนโยบายการคลังที่มีประสิทธิภาพ และการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มั่นคง

⁸ ตัวเลขโดยประมาณ โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่ 29 มิถุนายน 2563 ที่ 1 รูเปียห์อินโดนีเซีย เท่ากับ 0.0022 บาทไทย

1) ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ

ในด้านกฎระเบียบการค้าเงินธุรกิจ การจัดอันดับของ OECD ในเรื่องดัชนีข้อบังคับตลาดผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่าประเทศอินโดนีเซียมีระดับอุปสรรค (Barrier to entry) ในการเป็นผู้ประกอบการ การค้า และการลงทุนอยู่ในระดับต่ำ โดยทำได้ดีกว่าหลาย ๆ ประเทศ เช่น บราซิล จีน และอินเดีย ทั้งยังพัฒนาอย่างมากในด้านความยากง่ายในการดำเนินธุรกิจ (จากอันดับที่ 120 ในปี ค.ศ. 2015 เป็นอันดับที่ 72 ในปี ค.ศ. 2018)⁹ ในทางกลับกัน ระบบการจดทะเบียนวิสาหกิจ และการขอใบอนุญาตมีความซับซ้อน ทำให้เป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการในการเริ่มต้นธุรกิจ ทั้งนี้ รัฐบาลอินโดนีเซียจึงได้มีการพัฒนาระบบออนไลน์ที่เข้ามาเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการ คือระบบ One Single Submission (OSS) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ ศูนย์กลางระบบการจดทะเบียนวิสาหกิจและบริการที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของหน่วยงานรัฐ

2) ด้านการตลาด

จากวิสาหกิจ SME ทั้งหมดในประเทศอินโดนีเซีย มีเพียงร้อยละ 18 ที่เข้าถึง E-commerce ผ่านการใช้งานเว็บไซต์ และ สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ทั้งนี้มีเพียงร้อยละ 9 ที่มีกลยุทธ์การค้าออนไลน์ที่มีศักยภาพ รัฐบาลได้มีการออกแผนการพัฒนา E-commerce เพื่อเพิ่มการเข้าถึง E-commerce ของ SMEs แผนการพัฒนาประกอบด้วย 3 โครงการ ได้แก่ (1) โครงการ SME Go Online (2) โครงการ One Million id. Domain (3) โครงการ 1,000 Digital Start-up โดย 2 โครงการแรกสร้างการเข้าถึงตลาด และสร้างการมีอยู่ของ SMEs บนสื่อออนไลน์ ในขณะที่โครงการที่ 3 เสริมสร้างการพัฒนาด้านเทคโนโลยี ของธุรกิจ Start-ups

3) ด้านการเงิน

ในปี พ.ศ. 2556 รัฐบาลอินโดนีเซียมีนโยบายการจัดเก็บภาษีแบบพิเศษสำหรับวิสาหกิจขนาดเล็กที่มี รายได้ต่อปีไม่เกิน 4.8 พันล้านรูเปียห์ (10.5 ล้านบาท) โดยเก็บภาษีเงินได้ที่ร้อยละ 0.5 ของรายได้ต่อเดือน โดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นแรงจูงใจให้วิสาหกิจนอกระบบเปลี่ยนเป็นวิสาหกิจในระบบ และเพิ่มมูลค่าภาษี ที่จัดเก็บได้ของประเทศ ทำให้ในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนวิสาหกิจในระบบ 1.5 ล้านรายชื่อ จากที่มีอยู่เดิม 1.2 ล้านรายชื่อในปี พ.ศ. 2560

นโยบายภาษีแบบพิเศษสามารถพบได้ในหลายประเทศกำลังพัฒนาที่มีจำนวนวิสาหกิจนอกระบบ จำนวนมาก โดยสำหรับประเทศอินโดนีเซียนั้น เพดานรายได้ในการเข้ารับการสนับสนุนทางภาษี อยู่ในระดับที่สูง ทำให้รัฐบาลอินโดนีเซียอาจเสียโอกาสในการเก็บภาษีที่สำคัญจากวิสาหกิจขนาดเล็กจำนวนมาก โดย OECD ได้ให้คำแนะนำว่าสามารถลดเพดานการเข้ารับการสนับสนุนลง และเพิ่มเติมโครงการสนับสนุน จากรัฐบาลในด้านอื่น ๆ ขึ้นทดแทน

ในด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ประเทศอินโดนีเซียมีการปฏิรูปข้อบังคับที่สำคัญเพื่อให้วิสาหกิจ ขนาดเล็กสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น ซึ่งในปี 2015 มีวิสาหกิจของอินโดนีเซียเพียงร้อยละ 27.4 ที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนของรัฐบาล และมีเพียงร้อยละ 12.8 ของการลงทุนทำธุรกิจที่ใช้เงินทุนของธนาคาร

⁹ OECD. (2018). SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. OECD Publishing: Paris.

รัฐบาลอินโดนีเซียจึงสร้างมาตรการที่จะเพิ่มการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs โดยออกข้อบังคับให้ธนาคารจัดสรรเงินร้อยละ 20 ของเงินกู้เพื่อทำธุรกิจให้แก่วิสาหกิจ SMEs อีกทั้งยังมีโครงการ People's Business Credit (Kredit Usaha Rakyat, KUR) ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาระบบเครดิตบูโร ระบบทะเบียนหลักประกัน และการให้ความรู้ด้านการเงินที่จำเป็นต่อผู้ประกอบการ ตัวอย่างโครงการสนับสนุนด้านการเงินมีดังต่อไปนี้

- โครงการ Kredit Usaha Rakyat (KUR) เป็นโครงการสนับสนุนด้านการเงินของ SME โดยเป็นโครงการจัดสรรไมโครเครดิต (Microcredit) เพื่อธุรกิจขนาดเล็ก โดยใช้เงินกู้ค้ำประกัน (Loan guarantee) และเงินอุดหนุนอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Subsidy) เพื่อให้ธนาคารสามารถให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำแก่ SMEs ได้ โดยโครงการ KUR และนโยบายสนับสนุนต่าง ๆ ทำให้เจ้าของธุรกิจ SME สามารถเข้าถึงเงินทุนได้มากขึ้น ทำให้เกิดการจ้างงาน รวมไปถึงสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันจากการที่โครงการ KUR เป็นโครงการที่ใช้งบประมาณมากที่สุดในการสนับสนุน SME จึงทำให้เกิดประเด็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าและความยั่งยืนของโครงการ (นโยบายการอุดหนุนอัตราดอกเบี้ยในปี 2015 ทำให้ต้องใช้เงินทุนมากขึ้นถึง 10 เท่า) จำนวนธุรกิจที่สามารถดำเนินการได้หลังจากที่ไม่ได้รับการสนับสนุน และปัญหาการใช้เงินกู้ของโครงการไม่ตรงจุดประสงค์ ที่จำเป็นต้องได้รับการติดตามประเมินผล
- การสนับสนุนการเข้าถึงเงินกู้ขนาดเล็ก เช่น โครงการสนับสนุนด้านการเงินขนาดเล็ก ให้แก่วิสาหกิจที่ไม่สามารถเข้าถึงโครงการ KUR ของกระทรวงการคลัง และการจัดสรรเงินกู้ให้แก่ สมาชิกสหกรณ์ โดยสำนักงานจัดการกองทุนหมุนเวียน รวมไปถึงโครงการผู้ประกอบการเริ่มต้น ที่ให้เงินกู้ยืมแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ โดยมีจำนวนผู้ได้รับผลประโยชน์เฉลี่ย 2,000 ราย ต่อปี

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

ศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ (Business Incubators) ของประเทศอินโดนีเซียยังต้องได้รับการพัฒนาเพื่อสนับสนุน SME ของประเทศ โดยศูนย์บ่มเพาะส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก (ดูแลธุรกิจจำนวน 3-5 ธุรกิจ) และไม่ได้มีการสนับสนุนที่ครบวงจรในด้านการเป็นที่ปรึกษา ให้การสนับสนุนเฉพาะทาง และเชื่อมโยงไปถึงแหล่งเงินทุน ทำให้มีเพียงร้อยละ 10-20 ของธุรกิจใดโครงการที่สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองหลังจบการสนับสนุน รัฐบาลได้ออกแผนพัฒนาศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2557-2572 เพื่อเพิ่มจำนวนและศักยภาพ เป้าหมายคือการมีศูนย์บ่มเพาะฯ 732 แห่ง ในปี พ.ศ. 2572 จาก 75 แห่งในปี พ.ศ. 2557 ประมาณการจากแผนการสร้างอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 100 แห่ง รวมไปถึงมีการดำเนินการสร้างมาตรฐานและการออกใบอนุญาตให้แก่ศูนย์บ่มเพาะ

รัฐบาลอินโดนีเซียยังได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information Communication Technology, ICT) และการบูรณาการ ICT ในการทำธุรกิจ สังเกตได้จากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน broadband และการดำเนินแผนงาน E-commerce ซึ่งดำเนินงานร่วมกันในหลายกระทรวงและหน่วยงานของภาครัฐ อย่างไรก็ตามในด้านการวิจัยและพัฒนา (Research & Development; R&D) ยังไม่ได้รับความสนใจและสนับสนุนเท่าที่ควร โดยการใช้จ่ายในด้าน R&D คิดเป็นร้อยละ 0.08 ของ GDP ในประเทศ ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของ OECD อยู่ที่ร้อยละ 2.5 ทั้งนี้การสนับสนุน R&D สามารถทำได้ โดยการมอบทุนวิจัย และให้สิทธิพิเศษทางภาษี

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้

ประเทศอินโดนีเซียจำเป็นต้องมีการพัฒนาในด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะทักษะและศักยภาพของแรงงานในประเทศ ในปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 27 ของกำลังแรงงานจบการศึกษาสูงสุดในระดับประถมศึกษา และร้อยละ 17 ไม่ได้เข้ารับการศึกษหรือไม่จบการศึกษาในระดับประถมศึกษา อีกทั้งแรงงานนอกระบบยังคิดเป็นร้อยละ 70 ของการจ้างงานรวมในประเทศ และร้อยละ 58 เป็นการจ้างงานที่ไม่มั่นคง¹⁰ (เช่น ผู้ใช้แรงงานที่ทำงานโดยไม่มีสัญญาจ้าง ผู้ช่วยธุรกิจในครัวเรือนโดยมิได้รับค่าจ้าง)

- หน่วยงานหลักของรัฐที่ดูแลด้านการฝึกอบรมแรงงาน ได้แก่กระทรวงกำลังคนและเคลื่อนย้ายกำลังคน ซึ่งบริหาร SME Productivity Centers 22 แห่ง ให้ความช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรมและเพิ่มศักยภาพของแรงงาน อีกทั้งยังมีโครงการฝึกอบรมผู้ประกอบการและการบริหารกว่า 100 โครงการ ที่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ โดยบางครั้งเป็นการร่วมมือกันของภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งนี้โครงการส่วนใหญ่ไม่ได้มีการประเมินประสิทธิผล และผลลัพธ์จากการเข้าร่วมโครงการ
- รัฐบาลอินโดนีเซียได้มีโครงการสนับสนุนการศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการ ดำเนินการโดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม และกระทรวงการศึกษาและวัฒนธรรม โดยมีการจัดตั้ง Entrepreneurship Campus Centers (Pusat Kewirausahaan Kampus) ที่บริการให้คำปรึกษา และการบรรยายเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ มีโครงการ Student Entrepreneurial (Programme Mahasiswa Wirausaha) ที่ให้เงินสนับสนุนแก่นักเรียนที่มีแผนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรม รวมไปถึงการพัฒนาโครงการ Entrepreneurship Lecture และ โครงการ Business Lecture ซึ่งเป็นโครงการเสริมสร้างทัศนคติในการเป็นผู้ประกอบการและการนำความรู้มาประยุกต์ใช้งานจริง

¹⁰ OECD. (2018). SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. OECD Publishing: Paris.

3.6 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศไทย

แนวคิดเรื่องการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs) เป็นสิ่งที่รัฐบาลในหลาย ๆ ประเทศ รวมถึงประเทศไทย ซึ่งเล็งเห็นความสำคัญในการส่งเสริม SMEs ซึ่งมีความจำเป็นต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ และเป็นตัวขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไทยที่สำคัญ เนื่องจากร้อยละ 99.79 ของวิสาหกิจไทยนั้นเป็น SMEs ทำให้เกิดการจ้างงานในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 85.47 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ และมีสัดส่วนของ GDP ที่มาจาก SMEs คิดเป็นถึงร้อยละ 43 ของ GDP ประเทศ ซึ่งเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 0.8 ต่อปี¹¹

รัฐบาลไทยเริ่มดำเนินนโยบายส่งเสริมและสนับสนุน SME อย่างจริงจังหลังจากวิกฤตทางการเงินในปี พ.ศ. 2540 โดยรัฐคาดหวังให้ SME เป็นช่องทางในการสร้างรายได้และสร้างงานเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ และเชื่อว่า SMEs จะเป็นกลไกสำคัญในการแก้ไขปัญหาความยากจนและสร้างความยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจฐานราก ทั้งนี้ ประเทศไทยได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมครั้งแรกในปี พ.ศ. 2543 โดยมีนิยามตามนิยามส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ไทย จากประกาศตามกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 ซึ่งกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจขนาดกลาง ตามจำนวนการจ้างงานหรือจำนวนรายได้แบ่งตามประเภทกิจการผลิตสินค้าและกิจการให้บริการ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นหน่วยงานหลักซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ประสานและจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร่วมกับส่วนราชการหน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การส่งเสริม ช่วยเหลือ สนับสนุน SME เป็นไปอย่างมีเอกภาพ โดยมีภารกิจตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 และแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยฉบับแรกเริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2545 และในปัจจุบันอยู่ในช่วงแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) โดยมีเป้าหมายยุทธศาสตร์หลัก คือ 1) ส่งเสริม และพัฒนา SMEs รายประเด็น 2) เสริมสร้างขีดความสามารถ SMEs เฉพาะกลุ่ม และ 3) พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบ โดยสสว.ได้ดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ สสว. (ฉบับทบทวน ปี พ.ศ. 2562-2564) และแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ. 2562 ที่ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศตามแนวทางของแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนการปฏิรูปประเทศ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนองค์กรให้ไปสู่เป้าหมายระดับประเทศต่อไป

จากการศึกษานโยบายแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติและแผนปฏิบัติการในการส่งเสริมและสนับสนุน SME ไทย จะเห็นว่าหนึ่งในปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญที่มีส่วนช่วยสนับสนุน SME ให้สามารถดำเนินต่อไปได้คือการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ โดยหน่วยงานหลักที่สนับสนุน SME ในแต่ละช่วงของการดำเนินธุรกิจสรุปได้ ดังนี้¹²

¹¹ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2562.

¹² สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2562) นโยบายส่งเสริม SMEs: เราไปถึงสิ่งที่คาดหวังหรือยัง

ตารางที่ 3.3: หน่วยงานหลักที่สนับสนุน SME ในแต่ละช่วงของการดำเนินธุรกิจ

การสนับสนุน	หน่วยงาน	รายละเอียด
ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	<ul style="list-style-type: none"> บริการแนะนำ ส่งเสริม และเผยแพร่มาตรฐานในการจัดทำบัญชีแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ ให้คำปรึกษาข้อกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ ขั้นตอนและวิธีการจดทะเบียนหรือการขออนุญาตตามกฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบของกรมฯ การจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท ในปัจจุบันสามารถจดทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ได้
	กรมทรัพย์สินทางปัญญา	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เสริมสร้างความรู้ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ การจดทะเบียนคุ้มครองและป้องกันสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในและต่างประเทศ การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า สามารถตรวจสอบเครื่องหมายการค้าออนไลน์ได้
	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมงานวิจัยและพัฒนา การสร้างนวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ และส่งเสริม SME สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี (ขึ้นกับประเภทกิจการและเงื่อนไข) ได้แก่ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสูงสุด 13 ปี ลดหย่อนภาษีเงินได้ 50% 5 ปี (เฉพาะเขตส่งเสริมการลงทุน) ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร/ วัตถุดิบผลิตเพื่อการส่งออก/ อากรขาเข้าสำหรับของที่นำเข้ามาเพื่อใช้ในการวิจัยและพัฒนา สิทธิประโยชน์ที่ไม่เกี่ยวกับภาษี ได้แก่ อนุญาตต่างชาติถือหุ้น 100% (ตามเงื่อนไข) อนุญาตให้ถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดิน อนุญาตให้ช่างฝีมือ/ผู้ชำนาญการเข้ามาทำงาน
การนำเข้าและส่งออก	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมทางการตลาดที่จัดขึ้นเพื่อช่วยเหลือ SME เช่น งานสัมมนา อบรมหรือเทรดแฟร์ต่าง ๆ เว็บไซต์ Thaitrade.com รวบรวมข้อมูลสินค้าไทยที่ส่งออกไปต่างประเทศ และสามารถซื้อขายผ่านเว็บไซต์ได้ มีระบบ E-Learning ให้ความรู้เกี่ยวกับการส่งออก และข้อมูลตลาดต่างประเทศ
	หอการค้าไทย	<ul style="list-style-type: none"> ให้บริการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) กับประเทศที่สนใจ ให้ข้อมูลเศรษฐกิจ การค้าของแต่ละประเทศในการส่งออก ให้บริการออกใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) ยืนยันแหล่งผลิตเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสินค้า
	กรมศุลกากร	<ul style="list-style-type: none"> บริการให้คำปรึกษาและข้อมูลออนไลน์แก่ผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกสินค้าเกี่ยวกับเรื่องกฎหมายศุลกากร ให้บริการออนไลน์ เช่น การลงทะเบียนเป็นผู้ประกอบการนำเข้าส่งออก สมัครเป็นตัวแทนออกของ เป็นต้น ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตและการส่งออก ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและการส่งออกไทยให้มีศักยภาพ
อุตสาหกรรมและการผลิต	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	<ul style="list-style-type: none"> ให้บริการปรึกษาผ่านหน่วยงาน Business Service Center (BSC) เช่น การบริหารจัดการ การผลิต เทคโนโลยี การเงินการบัญชี ให้ข้อมูลทางอุตสาหกรรม การลงทุน โอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม สัมมนาที่ให้ความรู้แก่ SME
	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)	<ul style="list-style-type: none"> ให้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และรับรองคุณภาพให้กับองค์กรต่าง ๆ ตามมาตรฐาน ISO, OHS, HACCP ฯลฯ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้อุตสาหกรรม
	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)	<ul style="list-style-type: none"> ให้การรับรองธุรกิจที่ทำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหาร ยา เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ วัตถุอันตราย (ที่ใช้ในบ้านเรือนหรือทางการสาธารณสุข) หรือวัตถุเสพติด

การสนับสนุน	หน่วยงาน	รายละเอียด
แหล่งความรู้และที่ปรึกษา	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	<ul style="list-style-type: none"> ให้บริการ one-stop service เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ SME ในการเข้าถึงข้อมูล องค์ความรู้ เครือข่ายธุรกิจ โครงการ/งานสัมมนา เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนความรู้ในด้านต่าง ๆ และกิจกรรม นิทรรศการ งานแสดงสินค้าในต่างประเทศ โดย สสว.เป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่าย
	สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาผู้ประกอบการ ถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบการฝึกอบรม สัมมนา เรียนรู้ทางไกล ให้คำปรึกษาในการเริ่มต้นกิจการ พัฒนาสมรรถนะธุรกิจ พัฒนาธุรกิจต่างประเทศและการตลาด ปรับปรุงกิจการ
	สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ	<ul style="list-style-type: none"> ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการผลิต การวัดระดับผลิตภาพ การวางแผนและควบคุมคุณภาพการผลิต การบริหารระบบ การบำรุงรักษา การบริหารสินค้าคงคลัง การบริหารเพื่อเพิ่มผลิตภาพ และการจัดการองค์กร
	สถาบันอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการด้านอาหารด้านมาตรฐานการผลิต การวิจัยและข้อมูล การตรวจสอบทางห้องปฏิบัติการ (Lab) การฝึกอบรม และการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร เป็นศูนย์การเรียนรู้เฉพาะทางเกี่ยวกับอาหาร (Thai Food Heritage)
	สถาบันพลาสติก	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมอุตสาหกรรมในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ วิจัยและพัฒนา วัสดุดิบ/ห้องทดสอบ กระบวนการผลิต พัฒนาบุคลากร สำหรับอุตสาหกรรมพลาสติก
แหล่งเงินทุน	สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนทุนในการทำวิจัยให้ธุรกิจที่อยู่ในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร่วมงานกับภาคเอกชนในการจัดการแข่งขัน โดยมีทุนรางวัลให้โครงการต่าง ๆ เช่น โครงการ Young Entrepreneur โครงการ Startup Voucher เป็นต้น มีสิทธิประโยชน์สำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การขยายไปตลาดต่างประเทศ โอกาสในการออกใบอนุญาตนิตยการต่าง ๆ การจับคู่ธุรกิจ และการประสานแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ รวมถึงได้รับคำปรึกษาจากที่ผู้เชี่ยวชาญโดยตรงในด้านต่าง ๆ เช่น การตลาด การเงิน กฎหมาย เป็นต้น
	สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)	<ul style="list-style-type: none"> ให้การสนับสนุน SME และ Startup ที่มีธุรกิจเชิงนวัตกรรม ให้เงินทุนสนับสนุน (เงินให้เปล่า) เช่น โครงการ Open Innovation ให้สิทธิพิเศษแก่ธุรกิจที่ได้รับการรับรองจาก NIA ในการกู้เงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำ
	บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)	<ul style="list-style-type: none"> เป็นสถาบันในการค้ำประกัน ทำให้ SME เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น
	ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนนโยบายภาครัฐในการช่วยเหลือและส่งเสริม SME โดยให้บริการทางการเงินและบริการอื่น ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของ SME ไทย

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562)

ทั้งนี้ หน่วยงานที่ให้บริการและสนับสนุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขาต่าง ๆ มีเป็นจำนวนมาก หน่วยงานเหล่านี้อาจเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน มูลนิธิ สถาบันอิสระ ตลอดจนสมาคมวิชาชีพต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมและผลักดันการดำเนินธุรกิจของ SME ให้เป็นไปอย่างมั่นคง

จากผลสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทยในโครงการศึกษาด้านโครงสร้างเศรษฐกิจไทยที่มีนัยยะต่อการดำเนินนโยบาย¹³ ซึ่งมีการสำรวจ SME กว่า 2,400 รายทั่วประเทศในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2561 พบว่า SME ไทยเผชิญกับ 2 ปัญหาสำคัญคือ 1) ปัญหาต้นทุนสูง โดยนอกจากจะมีภาระต้นทุนธุรกิจที่สูงแล้วยังต้องเผชิญกับต้นทุนแฝงที่เกิดจากความยุ่งยากในการติดต่อกับภาครัฐอีกด้วย 2) การแข่งขันรุนแรงที่มาจากรอบด้าน ทั้งจากคู่แข่งที่เป็น SME ด้วยกันเอง การแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ และจากการแข่งขันกับธุรกิจ E-commerce ที่ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย

อีกหนึ่งปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของ SME ไทย คือ ความยุ่งยากในการติดต่อกับภาครัฐและสถาบันการเงินที่เกิดจากขั้นตอนที่ซับซ้อน มีเงื่อนไขและใช้เอกสารมาก รวมถึงมีค่าใช้จ่ายแฝง อาทิ ค่าประเมินหลักประกันที่ซับซ้อน ส่งผลให้ภาระต้นทุนในการดำเนินธุรกิจสูงและทำให้ SMEs บางกลุ่มเสียโอกาสทางการค้า ดังนั้น การจะสนับสนุนให้ SMEs สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง ยั่งยืน และกลายเป็นฐานที่มั่นคงให้แก่เศรษฐกิจไทย จึงต้องพึ่งพาความร่วมมือและการปรับตัวของ 3 ภาคส่วนสำคัญที่มีบทบาทแตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ ภาครัฐ สถาบันการเงิน และผู้ประกอบการ SME เอง จากการศึกษาภาพรวมปัจจัยแวดล้อมของการส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises Ecosystem) ของประเทศไทยสามารถวิเคราะห์และสรุปเป็นด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

1) ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ

จากการศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริม SME ที่สำคัญในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ของ สสว. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงมาตรการทางภาษีที่สำคัญและการสนับสนุนทางด้านกฎระเบียบ ดังนี้

1. มาตรการลดหย่อนภาษีเงินได้

- ภาษีเงินได้นิติบุคคล จากเดิมลดอัตราภาษีสำหรับ SME ในส่วนกำไรสุทธิไม่เกิน 1 ล้านบาท ปรับเป็นไม่เกิน 150,000 บาท และในปัจจุบันปรับเป็นยกเว้นภาษีสำหรับ SME ในส่วนกำไรสุทธิไม่เกิน 300,000 บาท และมีการปรับลดอัตราภาษีในหลายช่วงฐานรายได้ และปรับนิยาม SME ที่จะได้รับสิทธิประโยชน์ให้แคบลง รวมถึงสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ โดยยกเว้นภาษีให้อุตสาหกรรมเป้าหมาย และอนุญาตให้นำรายจ่ายจากการจดทะเบียนจัดตั้ง ค่าทำบัญชี ค่าสอบบัญชี มาหักรายจ่ายเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนการจัดทำบัญชีชุดเดียวของ SME โดยลดและยกเว้นภาษีในช่วงต้น
- ภาษีเงินได้อื่น ๆ มีการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของวิสาหกิจชุมชน และเพิ่มเติมยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์ จากการโอนทรัพย์สินบุคคลธรรมดา และห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล

2. มาตรการลดอัตราหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมสินทรัพย์ กำหนดให้หักค่าเสื่อมสินทรัพย์สินประเภทอาคาร เครื่องจักร คอมพิวเตอร์ ในอัตราพิเศษ และเพิ่มเติมทรัพย์สินประเภทโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในอัตราพิเศษด้วย

¹³ ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562) ปลดล็อก SMEs ไทยปรับตัวอย่างไรให้เติบโต

3. มาตรการสิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุน มีดังนี้
 - ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร
 - ลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับบริษัทที่นำหลักทรัพย์ มาจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ใหม่
 - ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับเงินได้ที่จ่ายเพื่อการลงทุนหรือขยายซึ่งทรัพย์สิน และเงินได้จากการขายเครื่องจักรเก่าเพื่อซื้อเครื่องจักรใหม่
 - ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อส่งเสริมให้เกิดการระดมทุนสาธารณะ และเพื่อช่วยสนับสนุนการจัดตั้งและการเติบโตของผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง
 - ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล/บุคคลธรรมดา เพื่อส่งเสริมกิจการเงินร่วมทุน (Venture Capital) และการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ
 - ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อส่งเสริมการจัดตั้งสำนักงานใหญ่ข้ามประเทศ และบริษัทการค้าระหว่างประเทศ
4. มาตรการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา มีการให้สิทธิประโยชน์ในการหักค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าจ้าง เพื่อการทำวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีได้ 3 เท่า
5. มาตรการปรับเพิ่มอัตราค่าเช่าที่พักและค่าอาหารในการฝึกอบรมของส่วนราชการ ให้สอดคล้องกับค่าครองชีพและสภาพการณ์ปัจจุบัน

นอกจากนี้ ในแผนการส่งเสริมในฉบับหลัง มีการเน้นเรื่องการทำให้เป็นทางการ (Formalization) มากขึ้น มีการจัดตั้งบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ (National Credit Bureau) เพื่อพัฒนา credit scoring โดยมีข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 มีการสนับสนุนให้ SME ที่เป็นบุคคลธรรมดาเข้ามาจดทะเบียนนิติบุคคล และพยายามผลักดันให้ SME ทำบัญชีเดียวเพื่อลดปัญหาความคลุมเครือของข้อมูล เนื่องจากปัจจุบันบัญชีที่ธุรกิจยื่นขอสินเชื่อและยื่นสรรพากรมักจะเป็นคนละบัญชี รวมทั้งมีการปรับปรุงกฎหมาย เช่น พ.ร.บ. ล้มละลาย พ.ศ. 2559 เพื่อช่วยให้ SME ที่ประสบปัญหาฟื้นฟูกิจการได้ เป็นต้น

2) ด้านการตลาด

ประเทศไทยเร่งพัฒนาศักยภาพของ SME โดยเสริมสร้างขีดความสามารถให้ผู้ประกอบการและวิสาหกิจ เพื่อยกระดับประเทศให้เข้าสู่ความเป็นสากลผ่านการเปิดโอกาสให้ SMEs ไทย ได้มีช่องทางการทำธุรกิจไปยังต่างประเทศจนถึงระดับที่สามารถแข่งขันกับนานาประเทศทั้งในภูมิภาคและในระดับโลกได้ หรือที่เรียกว่าการมุ่งสู่ความเป็นนานาชาติหรือ “SMEs Internationalization” ภายใต้ สสว. โดยมีแนวทางการปฏิบัติครอบคลุมไปถึงด้านต่าง ๆ ได้แก่ การบริหารจัดการที่เป็นระบบสากล การนำเทคโนโลยีการผลิตที่ดีกว่าจากต่างประเทศเข้ามาใช้ การแสวงหาและใช้แหล่งวัตถุดิบใหม่ การตลาดและการส่งออก (Export Market) อาทิ การเข้าร่วมในงานแสดงสินค้า International Trade Fair การลงทุน (Investment) การเรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมในการทำธุรกิจระดับสากล (International Business Culture)

สำหรับการพัฒนาทางด้านช่องทางการตลาด สินค้าเทคโนโลยีและนวัตกรรมของไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นในการพัฒนา อาจยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับในกลุ่มผู้ซื้อมากนัก รวมทั้งยังไม่มีช่องทางการตลาดและการจำหน่ายที่เหมาะสมกับสินค้า ภายใต้แผนการส่งเสริม SME จึงมีแนวทางในการส่งเสริม ได้แก่

สร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้านวัตกรรมของ SME ผ่านการจัดกิจกรรม/งานแสดงและจำหน่ายสินค้า นวัตกรรม การจัด Online Exhibition ตลอดจน Technology E-Marketplace การสนับสนุนให้ธุรกิจ ขนาดใหญ่ซื้อสินค้านวัตกรรมของ SME โดยภาครัฐให้สิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดใหญ่เพื่อจูงใจ ให้เข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมสินค้านวัตกรรมของ SME มากขึ้น

ในปัจจุบันการค้าขายในตลาดออนไลน์มีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการ SME หลายรายหันมาทำธุรกิจออนไลน์กันมากขึ้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ SME ไทย สามารถต่อยอดธุรกิจท่ามกลางการแข่งขันที่สูงได้ ยกตัวอย่างเช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีนโยบาย ในการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ปี 2562 ด้วยแนวคิด “การตลาดนำการผลิต” ซึ่งนโยบายดังกล่าวมุ่งให้ ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวได้ทันกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมในเรื่องการทำตลาดออนไลน์ หรือการตลาดดิจิทัล ทั้งนี้ ปัจจัยดังกล่าวถือเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการช่วยขับเคลื่อนการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเฉพาะการลดต้นทุน การสร้างความได้เปรียบทางด้านข้อมูล และการเชื่อมโยงผู้บริโภคจากทั่วโลก

สำหรับแนวโน้มการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล ทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยังส่งเสริม ให้ผู้ประกอบการมีการปรับตัวในเรื่องสำคัญ ได้แก่ การสร้างเรื่องราวของแบรนด์ (Content Marketing) การเลือกใช้ช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการจำหน่าย การให้ความสำคัญกับข้อมูล (Big Data) ให้ความสำคัญ กับความเร็ว และเตรียมกำลังคนให้พร้อมไปกับทักษะด้านดิจิทัล นอกจากนี้ ยังร่วมกับกรมส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศและภาคเอกชนจัดการอบรมสัมมนา เพื่อให้ความรู้ทางด้านการตลาดแก่ SME ไทย

3) ด้านการเงิน

จากการศึกษามาตรการทางการเงิน มีการส่งเสริม SME ทั้งทางด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ด้านสินเชื่อแหล่งเงินทุนที่เป็นทางเลือก รวมถึงการปรับปรุงกฎระเบียบและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจทั้งหมด โดยสามารถสรุปได้ดังนี้¹⁴

1. แหล่งเงินทุนด้านสินเชื่อ

- 1.1. มาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) ตามนโยบายของรัฐบาล อาทิ โครงการ ให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำแก่ผู้ประกอบการที่ประสบอุทกภัย โครงการสนับสนุนสินเชื่อ นวัตกรรมที่ไม่มีดอกเบี้ย โครงการ 1 ตำบล 1 SME เกษตร โครงการสินเชื่อ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน โครงการ Transformation Loan เสริมแกร่ง เป็นต้น
- 1.2. การค้ำประกันสินเชื่อ (Loan Guarantee) อาทิ การประกันสินเชื่อในลักษณะ รับความเสี่ยงร่วมกัน หรือ Risk Participation Scheme (พ.ศ. 2547-2551) การค้ำประกันสินเชื่อแบบ Individual Guarantee (พ.ศ. 2534-2546) Portfolio Guarantee Scheme (พ.ศ. 2552-ปัจจุบัน) Package Guarantee (พ.ศ. 2557-ปัจจุบัน)
- 1.3. การเพิ่มช่องทางการบริการทางการเงิน แผนส่งเสริมฯแต่ละฉบับได้ปรับเปลี่ยนและ เพิ่มมาตรการส่งเสริม SME มากมาย อาทิ

¹⁴ สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2562) นโยบายส่งเสริม SMEs: เราไปถึงสิ่งที่คาดหวังหรือยัง.

- ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) อนุมัติให้มีการจัดตั้งธนาคารพาณิชย์และธนาคารพาณิชย์รายย่อยเพิ่มรวม 9 แห่ง
 - ธปท.อนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ให้บริการทางการเงินในรูปแบบ Leasing ได้
 - ธปท.ออกแนวนโยบายสินเชื่อ Microfinance
 - มาตรการสินเชื่อเพื่อสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของประชาชนรายย่อย (สินเชื่อ Nano-Finance)
 - การดำเนินการอื่น ๆ อาทิ ธปท.ปรับปรุงหลักเกณฑ์การดำรงเงินกองทุน โดยปรับลดน้ำหนักความเสี่ยงของเงินให้สินเชื่อแก่ SME มาตรการส่งเสริมให้ SME ป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน กองทุนฟื้นฟูผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน (สสว.)
2. แหล่งเงินทุนที่เป็นทางเลือก (Alternative Financing)
- การระดมทุนผ่านตลาดหลักทรัพย์ mai โดยมีการปรับปรุงกฎเกณฑ์การจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai โดยให้มีทุนจดทะเบียน 20 ล้านบาทขึ้นไป
 - กองทุนร่วมของทั้งรัฐและเอกชน ในช่วงแผนส่งเสริมฯ ฉบับแรก มีกองทุน อาทิ กองทุนร่วมเพื่อร่วมลงทุนใน SME (บลจ.วรรณ) กองทุนร่วมลงทุนเพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันของธุรกิจไทย (สสว.) กองทุนเพื่อพัฒนานวัตกรรม (สนช.) ต่อมาในช่วงแผนส่งเสริมฯ ฉบับที่ 3 จึงมีกองทุนร่วมลงทุนในกิจการ SME (SMEs Private Equity Trust Fund) (ธนาคารออมสินและตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)

นอกจากนี้ ยังมีการปรับปรุงกฎระเบียบและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจทั้งหมด มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการชำระเงิน อาทิ PromptPay หรือ QR Code ซึ่งช่วยลดต้นทุนธุรกรรมทางการเงิน เป็นต้น ทั้งนี้ แต่ละมาตรการจะมีกลุ่ม SME เป้าหมายที่ต่างกันไป บางโครงการให้เฉพาะนิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 20 ล้านบาท เช่น โครงการค้ำประกันสินเชื่อ Portfolio Guarantee Schemes ของ บสย. บางโครงการเน้นให้สินเชื่อกับรายย่อยหรือบุคคลธรรมดา เช่น โครงการสินเชื่อรายย่อยเพื่อสร้างอาชีพ และโครงการสินเชื่อ Nano-finance เป็นต้น

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนให้ SME มีการปรับตัว และสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้วยต้นทุนที่ต่ำลง โดยการจัดทำหรือร่วมลงทุนกับภาคเอกชนในการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล เช่น Cloud, Software สำเร็จรูป หรือ Web Service และโครงการให้ความรู้และทักษะที่จำเป็นแก่ผู้ประกอบการให้มีความพร้อมด้านการประยุกต์ใช้ข้อมูลและเทคโนโลยียุคใหม่ พร้อมทั้งการฝึกอบรมแรงงาน โดยเฉพาะทักษะที่ขาดแคลน อาทิ ทักษะทางภาษา การใช้คอมพิวเตอร์พื้นฐาน และการใช้และซ่อมบำรุงเครื่องจักร เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี ได้แก่ ระบบการจดสิทธิบัตร ระบบประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา และมีการพัฒนาตลาดสินทรัพย์ทางปัญญาทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเสริมสร้างให้ SME สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น

การส่งเสริม SME จะเกิดประสิทธิผลสูงสุด เมื่อมีความร่วมมือที่ชัดเจนระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาในพื้นที่ เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นแหล่งความรู้ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่าย

ภายใต้แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 จึงมีการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการ (Academic-SME Linkage) การเสริมสร้างบทบาทของสถาบันอาชีวศึกษาในการให้ความช่วยเหลือ SME ในการยกระดับเทคโนโลยีและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น การส่งเสริมการนำสิทธิบัตรที่ไม่อยู่ภายใต้การคุ้มครองมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าและบริการ และสนับสนุนให้มีการสืบค้นข้อมูลของสิทธิบัตรที่หมดอายุแล้ว รวมไปถึงสิทธิบัตรที่ยังไม่มีการคุ้มครองในประเทศ เพื่อเผยแพร่ให้ SME สามารถค้นหาได้อย่างสะดวกและง่ายต่อการเข้าใจ รวมถึงการกำหนดสัดส่วนงบประมาณสำหรับการวิจัยและพัฒนาให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยอย่างเพียงพอและเหมาะสม

นอกจากนี้ ยังมีการเสริมสร้างขีดความสามารถด้าน ICT ให้กับ SME โดยมีแนวทางการดำเนินการ ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรของ SME ให้ความรู้ความเชี่ยวชาญในการใช้ ICT และการจัดกิจกรรมจับคู่เพื่อเชื่อมโยง SME กับผู้ให้บริการด้าน ICT เพื่อให้ SME สามารถเลือกใช้ระบบ ICT ที่เหมาะสมกับรูปแบบของธุรกิจ เช่น ระบบจัดทำบัญชีและบริหารการเงิน ระบบการจัดการโลจิสติกส์ การใช้ Cloud Technology เป็นต้น นอกจากนี้ สสว. ยังมีการพัฒนา Application SME Connect และฐานข้อมูลในรูปแบบเว็บไซต์กลาง (Web Portal) ภายใต้ชื่อ “SMEONE” ซึ่งรวบรวมข่าวสาร ข้อมูล องค์กรความรู้ที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งเชื่อมต่อบริการ กิจกรรม และโครงการต่าง ๆ ในการสนับสนุน SME ของภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้อง

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์กรความรู้

ภายใต้แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 มีการส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้ SME ได้แก่ สนับสนุนให้มีการบริการถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยีที่ครบวงจรแก่ SME เช่น จากเดิมการทดลองผลิตในห้องทดลอง (Lab Scale) ให้ขยายกิจกรรมไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ (Commercialization Scale) มากขึ้น และการให้คำปรึกษาแนะนำ การมีระบบที่เสี่ยงให้คำปรึกษาในการยกระดับเทคโนโลยี

การสนับสนุนกลุ่มเครือข่าย SME ไทยมีมาตรการส่งเสริมการพัฒนาประสิทธิภาพในการประกอบการให้กับ SME เน้นกลุ่มเครือข่ายที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของไทย และมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง โดยมีโครงการ SME Cluster 2019 โดยมุ่งเน้นการพัฒนาต่อยอดให้ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจในปี พ.ศ. 2560 ในด้านต่าง ๆ และพัฒนาให้ผู้ประกอบการกลุ่มซึ่งเป็นเครือข่ายใหม่ให้สามารถรวมกลุ่มและได้รับการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ ทั้งการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบการบริหารจัดการรวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่ามากขึ้น ในอันที่จะสามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าต่อไปอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม การเติบโตอย่างแข็งแกร่งของ SME นอกจากจะพึ่งพิงการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนแล้ว ยังต้องพึ่งพาวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการ SME ที่ตระหนักรู้และมีการเตรียมความพร้อมให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากอิทธิพลของเทคโนโลยี ทั้งด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ แตกต่างจากคู่แข่ง รวมถึงมีการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากข้อมูลและเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.4: ปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศและปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญของประเทศไทย

ประเทศ	ปัจจัยแวดล้อม				
	นโยบาย/กฎระเบียบ	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
จีน	<ul style="list-style-type: none"> SME Promotion Law มีการกำหนดระบบการพิจารณาอนุมัติจัดตั้งบริษัท โดยลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นลดระยะเวลาในการอนุมัติ การพัฒนาบริการ Online ระบบการประเมินผลการบริการของภาครัฐ กำหนดให้ทุกองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME ต้องให้บริการข้อมูลที่จำเป็นและเหมาะสม รวมไปถึงให้คำปรึกษาแก่ SME 	<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนา SME Market Development เช่น อำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ลดขั้นตอนตรวจคนเข้าออกประเทศ ให้สินเชื่อนำเข้าส่งออก การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ที่มีงบประมาณกว่าร้อยละ 30 การผ่อนปรนข้อกำหนดมาตรฐานในการสั่งซื้อ หลักการ Three Equalities สร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่าง SME 	<ul style="list-style-type: none"> กองทุนพิเศษเพื่อการพัฒนา SME ส่งเสริมระบบตลาดทุนหลายระดับ ตลาดตราสารหนี้ ช่องทางการระดมทุนทางตรงของ SME ผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศจีน (NEEQ) มาตรการ Fast-tracking ในการเสนอขายหุ้น IPO ปรับอัตราเงินสำรองธนาคารขนาดกลางและเล็ก ขยายวงเงิน Refinance ปรับลดเพดาน NPL ผ่อนปรนทางด้านภาษี ลดค่าธรรมเนียม 	<ul style="list-style-type: none"> มาตรการสร้างแรงจูงใจ โดยใช้สิทธิบัตร/ส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาในการจัดหาเงินทุน คุ้มครองสิทธิ SME มีการตรวจสอบหน่วยงานของรัฐและองค์กรใหญ่ ไม่ให้มีการละเมิดสิทธิ SME กำหนดมาตรฐานค่าธรรมเนียมในการดำเนินการที่เหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> แนะนำนักศึกษาจบใหม่ให้ทำงานในกิจการ SME บ่มเพาะให้เกิดผู้ที่มีความสามารถทางด้านนวัตกรรม ให้ค่าตอบแทนเป็นแรงจูงใจในการเข้าทำงานกับ SME เช่น ค่าเล่าเรียน เงินอุดหนุนสินเชื่อการศึกษา ส่งเสริมการยกระดับเทคโนโลยีของ SME ส่งเสริมการบูรณาการเทคโนโลยีไอทีสมัยใหม่กับการผลิตแบบดั้งเดิม
เกาหลีใต้	<ul style="list-style-type: none"> ปี พ.ศ. 2543 มีการออก Act on the Protection of and Support for Micro Enterprises เพื่อป้องกันและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดย่อมโดยเฉพาะ ปี พ.ศ. 2559 มีการออกแผนสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อย (1st Basic Plan for Micro-Enterprise Support) เพื่อเพิ่มผลประกอบการและความอยู่รอดของธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการสนับสนุนศูนย์บริการเอกชนในต่างประเทศเพื่อช่วยเหลือดูแลและให้คำแนะนำแก่วิสาหกิจ SME ที่ต้องการลงทุนและส่งออกสินค้า โครงการตลาดต่างประเทศช่วยเหลือวิสาหกิจ SME โดยร่วมมือกับบริษัทรายใหญ่ 	<ul style="list-style-type: none"> สินเชื่อค้ำประกันจากรัฐบาลเพื่อช่วยเหลือ SME ที่ไม่สามารถเข้าถึงเงินกู้ธนาคารจากการไม่มีสินทรัพย์ค้ำประกัน กองทุนร่วมลงทุน (Venture Investment Fund) สนับสนุนด้านการเงิน โดยแบ่งตามระยะการเติบโตของวิสาหกิจ โดยหน่วยงานของรัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> จัดตั้งหน่วยงานให้คำปรึกษา เช่น Korea SMEs and Startups Agency (KOSME) โดยมีบริการวิเคราะห์ธุรกิจเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำและช่วยเหลือแบบครบวงจร สนับสนุนการจัดตั้งและดำเนินการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubators; BIs) ที่มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ผลิต สถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัย จัดอบรมให้ความรู้และสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการในหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย
ไต้หวัน	<ul style="list-style-type: none"> ปฏิรูปกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME จัดทำ A Legal and Regulatory Adjustment Data Exchange Platform เพื่อเป็นศูนย์กลางการรับฟังข้อคิดเห็นจากมุมมองผู้ประกอบการ SME ต่อการออกกฎหมาย กฎเกณฑ์ หรือข้อบังคับ มอบอำนาจแก่รัฐบาลท้องถิ่นในการสนับสนุน เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับผู้ประกอบการ 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการพัฒนาโดยการรวมกลุ่มกันในท้องถิ่น สร้างเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นผ่านสินค้า OTOP (One Town One Product) เพื่อไปร่วมในงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ใช้การตลาดสมัยใหม่ผ่านทาง E-commerce เพื่อให้ SMEs ขยายฐานไปสู่ตลาดสากล 	<ul style="list-style-type: none"> จัดตั้งศูนย์ SME Instant Solution Service Center เพื่อให้คำปรึกษาครบวงจร จัดตั้ง Go Incubation Board for Startup and Acceleration Firms (GISA) เพื่อเป็นเครื่องมือในการระดมทุน จัดโครงการ “Small and Startup Enterprise Financing Special Award” เพื่อส่งเสริมให้สถาบันการเงินในประเทศสนับสนุนเงินกู้ให้ SMEs 	<ul style="list-style-type: none"> การใช้เครือข่ายดิจิทัลในการทำงานร่วมกัน อำนวยความสะดวกในการเผยแพร่ดิจิทัลในชนบท ให้ความสำคัญกับการชำระเงินโดยใช้ระบบดิจิทัล จัดทำโครงการ Small Business Innovation Research Program (SBIR) เพื่อช่วยให้ SMEs สามารถเข้าถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยี 	<ul style="list-style-type: none"> SME Development Fund ได้ให้การสนับสนุนทางการเงินแก่สถานศึกษาและสถาบันวิจัยต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มบทบาทในการเป็นศูนย์กลางการบ่มเพาะ การก่อตั้ง The Great Entrepreneurship Academy สนับสนุนในด้านข้อมูล สมองความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจ และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ประเทศ	ปัจจัยแวดล้อม				
	นโยบาย/กฎระเบียบ	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
อินโดนีเซีย	<ul style="list-style-type: none"> ระบบการจดทะเบียนวิสาหกิจและการขอใบอนุญาตเป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจจึงมีการพัฒนาระบบ One Single Submission (OSS) เพื่ออำนวยความสะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> แผนการพัฒนา E-commerce เพื่อเพิ่มการเข้าถึง ของ SMEs แผนการพัฒนาประกอบด้วย 3 โครงการ ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> (1) โครงการ SME Go Online (2) โครงการ One Million id. Domain (3) โครงการ 1,000 Digital Start-up 	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายการจัดเก็บภาษีแบบพิเศษสำหรับวิสาหกิจขนาดเล็ก โครงการ Kredit Usaha Rakyat (KUR) เพื่อให้ธนาคารสามารถออกเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่ SMEs 	<ul style="list-style-type: none"> แผนพัฒนาศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ มีระยะเวลาดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2557-2572 เพื่อเพิ่มจำนวนและศักยภาพของศูนย์บ่มเพาะ 	<ul style="list-style-type: none"> SME Productivity Centers 22 แห่ง ให้ความช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรมและเพิ่มศักยภาพของแรงงาน จัดตั้ง Entrepreneurship Campus Centers ให้คำปรึกษา และการบรรยาย เพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ โครงการ Student Entrepreneurial ที่ให้เงินสนับสนุนแก่นักเรียนที่มีแผนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรม
ไทย	<ul style="list-style-type: none"> มาตรการลดหย่อนภาษีเงินได้ มาตรการลดอัตราหักค่าสึกหรอและค่าเสื่อมสินทรัพย์ สิทธิประโยชน์ในการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มาตรการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ให้มีสิทธิหักค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าจ้างเพื่อทำ R&D ได้ 3 เท่า สนับสนุนให้ SME ทำบัญชีเดียว ปรับปรุงกฎหมาย พ.ร.บ.ล้มละลาย 	<ul style="list-style-type: none"> SME Internationalization เสริมสร้างขีดความสามารถ SME สู่นานาชาติ ส่งเสริมการสร้างช่องทางจำหน่ายสินค้านวัตกรรม Online Exhibition Technology E-Marketplace โครงการ “การตลาดนำการผลิต” เน้นการตลาดดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> มาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft loan) การค้ำประกันสินเชื่อ (Loan Guarantee) การเพิ่มช่องทางการบริการทางการเงิน เช่น Microfinance สินเชื่อ Nano-Finance การปรับปรุงกฎเกณฑ์การจดทะเบียนผ่าน mai กองทุนร่วมทุน เช่น บลจ.วรรณ SMEs Private Equity Trust Fund 	<ul style="list-style-type: none"> Academic-SME Linkage ร่วมกับสถาบันอาชีวศึกษา กิจกรรมจับคู่เชื่อมโยง SME กับผู้ให้บริการด้าน ICT Web Portal “SMEONE” Application SME Connex 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้ SME เช่น การทดลองผลิตในห้องทดลองสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ การสนับสนุนกลุ่มเครือข่าย SME ผ่าน SME Cluster 2019

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

3.7 บทสรุปปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญของแต่ละประเทศ

ภาคธุรกิจหรือ SME มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การจ้างงาน การลงทุน และการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งการดำเนินธุรกิจนั้นจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญหลายด้าน อาทิ นโยบายและกฎระเบียบ การตลาด การเงิน ปัจจัยสนับสนุน ทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจเติบโตและสามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้ การส่งเสริม SME ของแต่ละประเทศมีจุดแข็งที่สำคัญแตกต่างกัน โดยสามารถสรุปการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมสำหรับ SME ที่สำคัญของแต่ละประเทศ เพื่อเป็นแนวทางหรือตัวอย่างที่ดีในการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมสำหรับ MSE ของไทยได้ ดังนี้

3.7.1 ประเทศจีน

ประเทศจีนให้ความสำคัญกับเรื่องของกฎระเบียบเป็นอย่างมาก โดยมีการบังคับใช้ SME Promotion Law หรือ พรบ.ส่งเสริม SME มาตั้งแต่ปี 2003 ซึ่งนอกจากมาตรการลดขั้นตอนในการอนุมัติต่าง ๆ และสิทธิพิเศษทางภาษีแล้ว ยังมีการกำหนดให้ทุกมณฑลจัดตั้งสถาบันค้าประกันสินเชื่อสำหรับ SME เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนการลงทุนในภาค SME ทั้งที่เป็น High-tech และ Labor-intensive

รัฐบาลจีนพยายามปรับจากการเป็น Bank-based มาเป็น Capital-based โดยมีการสนับสนุนให้ธุรกิจสามารถระดมผ่านตลาดหลักทรัพย์ NEEQ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจลดการพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากธนาคารพาณิชย์ลดลง และสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ทั่วถึงมากขึ้น ส่วนด้านการส่งเสริมทางการตลาดของจีนมีจุดเด่น คือ มีการใช้ Platform ที่ช่วยส่งเสริมช่องทางการตลาดโดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ นอกจากนี้ ยังมีการผ่อนผันมาตรฐานในการสั่งซื้อและการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ โดยกำหนดภาครัฐมีการจัดซื้อจากภาคธุรกิจที่เป็น SME มากขึ้น ในด้านปัจจัยสนับสนุน จีนให้ความสำคัญกับการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ตั้งแต่ต้นน้ำ คือการจัดหาวัตถุดิบ จนกระทั่งปลายน้ำ คือ สินค้าออกมาสู่ตลาดจนถึงผู้บริโภค

สำหรับด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้นั้นจีนมีการส่งเสริมในลักษณะ Salary-based โดยให้ค่าตอบแทนเป็นแรงจูงใจในการเข้าทำงาน รัฐบาลมีการ subsidy เพื่อให้นักศึกษาที่จบใหม่ทำงานในองค์กรที่มีขนาดเล็กและมีการให้รางวัลตอบแทน เช่น หากสามารถทำงานให้บริษัทหรือกิจการเติบโตจนเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ได้ จะให้ผลตอบแทนในรูปแบบหุ้นบุริมสิทธิ เพื่อเป็นแรงจูงใจ เป็นต้น

3.7.2 ประเทศเกาหลีใต้

ประเทศเกาหลีใต้ มีปัจจัยแวดล้อมที่นับเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมภาคธุรกิจในประเทศ คือ การจัดตั้งกระทรวง SMEs และ Startups (The Ministry of SMEs and Startups-MSS) เพื่อเป็นศูนย์กลางการวางแผนและติดตามผลการดำเนินนโยบาย โดยนับตั้งแต่การจัดตั้งกระทรวงในปี 2560 การขับเคลื่อนนโยบายเกี่ยวกับ SME ในประเทศเกาหลีใต้ สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากมีการกำหนดนโยบายที่ระบุกลุ่มเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน (Targeted Policy) ทำให้สามารถผลักดันและแก้ไขปัญหาให้แก่ SME ได้ อย่างตรงจุด

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกาหลีใต้ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SME และ Startup คือ วัฒนธรรมในบริหารประเทศของภาครัฐที่เอื้อประโยชน์ต่อบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ (Institution-based) ซึ่งจะเห็นได้จากบริษัทขนาดใหญ่หลายราย อาทิ ฮุนได ซัมซุง LG ที่ค่อนข้างมีอิทธิพลต่อภาครัฐ เช่น โครงสร้างพื้นฐานสำคัญในประเทศมีการสนับสนุนโดยบริษัทขนาดใหญ่เหล่านี้ นอกจากนี้ เกาหลีใต้ยังอยู่ภายใต้อิทธิพลของกลุ่ม Chaebol (แชโบล) หรือกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ที่ทรงอิทธิพลทางการค้า และการลงทุนในประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มแชโบลได้กลายเป็นกำลังหลักในการผลักดันและเป็นแกนหลักของเศรษฐกิจในประเทศไปแล้ว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือเปรียบเสมือนทฤษฎีหัวรถจักร หากบริษัทขนาดใหญ่มุ่งเน้นไปทางใด SME ก็จะได้รับ การส่งเสริมไปในทิศทางเดียวกัน ยกตัวอย่างการสร้างปัจจัยแวดล้อมในภาคธุรกิจเดียวกัน เช่น การตั้งบริษัทผลิตรถยนต์ ทำให้เกิดบริษัทผลิตรถยนต์ขึ้นส่วนต่าง ๆ บริษัทโลจิสติกส์ที่มาสนับสนุนการผลิต ที่จะทำงานในลักษณะเป็นพาร์ทเนอร์กัน ทำให้มีการพัฒนาและเติบโต ทั้งห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น ส่วนปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญคือ เกาหลีใต้มีการจัดตั้งหน่วยงานให้คำปรึกษา Korea SMEs and Startups Agency (KOSME) และการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะ (Business Incubator) ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ในประเทศเช่นกัน

นอกจากนี้ ในปัจจุบันเกาหลีใต้มีนโยบายมุ่งใต้ใหม่ (New Southern Policy-NSP) ที่ได้ประกาศขยายความร่วมมือด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นนโยบายที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย และอาเซียน เนื่องจากเกาหลีใต้มีความสามารถในการผสมผสานพลังด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ในการสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตได้อย่างก้าวกระโดด ขณะที่ผู้ประกอบการในทุกระดับ รวมทั้ง Startups ที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงและนวัตกรรมที่โดดเด่น ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นและแบบอย่างที่ดีในการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของประเทศในภูมิภาคต่อไป

3.7.3 ประเทศไต้หวัน

รัฐบาลประเทศไต้หวันเล็งเห็นถึงความจำเป็นของการปฏิรูปการดำเนินนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ SME โดยเฉพาะการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจรวมถึงการให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ซึ่งความสำเร็จที่ทำให้ SME ในไต้หวันมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดมาจากการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ได้แก่ การปฏิรูปกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของ SME โดยมีการจัดทำ A Legal and Regulatory Adjustment Data Exchange Platform เพื่อเป็นศูนย์กลางในการรับฟังข้อคิดเห็นจากมุมมองผู้ประกอบการ SME ต่อการออกกฎหมาย กฎเกณฑ์หรือข้อบังคับต่าง ๆ การเพิ่มบทบาทสถานศึกษาให้เป็นกลายเป็นศูนย์บ่มเพาะ SME และการกระจายอำนาจสู่รัฐบาลในท้องถิ่น ซึ่งทำให้ท้องถิ่นมีอำนาจในการตัดสินใจ เช่น การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ One town one product คล้ายกับหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล (OTOP) ของไทย แต่ผลิตภัณฑ์ของไต้หวันมีเอกลักษณ์และเข้มแข็งกว่าเนื่องจากนโยบายของภาครัฐที่กระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น การดำเนินการพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ จึงมีความรวดเร็วและปฏิบัติได้ทันที

ไต้หวันมีการส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันโดยใช้เครือข่ายดิจิทัล มีการใช้ข้อมูลเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพและการสร้างผลประโยชน์สูงสุดจากห่วงโซ่คุณค่า รวมถึง การสนับสนุนให้มีการประยุกต์

การใช้ความรู้ทางการจัดการเพื่อลดช่องว่างทางดิจิทัลระหว่างอุตสาหกรรมต่าง ๆ และการสร้างระบบข้อมูลทางธุรกิจแบบบูรณาการที่ช่วยต่อความสามารถในการตัดสินใจและการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ นโยบายภาครัฐของไต้หวันมีการจัดตั้ง National Development Fund กองทุนเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจ การสนับสนุนเงินกู้เพื่อเริ่มต้นธุรกิจ และการประกันเงินกู้ การระดมทุนในตลาดทุน GISA ตลอดจนการร่วมทุน ซึ่งปัจจัยแวดล้อมเหล่านี้ช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและบริษัทต่าง ๆ ในไต้หวันได้รับการสนับสนุนภายใต้นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลที่เน้นการพัฒนากระบวนการสะสมทุนของบริษัทเอกชน การสร้างนวัตกรรม และการสร้างกระบวนการเรียนรู้จนทำให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นสินค้านวัตกรรมใหม่ที่ไม่เคยมีการผลิตมาก่อน โดยมีการพัฒนาทั้งทุนมนุษย์และทุนทางกายภาพอย่างเข้มข้น จนทำให้เศรษฐกิจไต้หวันสามารถเคลื่อนตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่ ซึ่งมีพื้นฐานที่คล้ายคลึงกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบัน

3.7.4 ประเทศอินโดนีเซีย

อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีหมู่เกาะขนาดใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีเกาะหลัก 5 เกาะ คือ เกาะนิวกินี เกาะชวา เกาะกาลิมันตัน เกาะซูลาเวซี และเกาะสุมาตรา ซึ่งเกาะที่ใหญ่ที่สุด คือ เกาะสุมาตรา และเป็นประเทศที่มีภาษาท้องถิ่นจำนวนมาก

การเติบโตทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซียมีการกระจุกในเกาะหลัก และกระจายไปยังเกาะต่าง ๆ ทั้งเกาะที่มีขนาดใหญ่และเกาะที่มีขนาดเล็ก เช่น เกาะชวา และเกาะบาหลี เป็นต้น ในลักษณะเช่นเดียวกับไทยที่มีการกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และจังหวัดข้างเคียง รวมทั้งจังหวัดในแต่ละภูมิภาค เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต และนครราชสีมา เป็นต้น อินโดนีเซีย มีการสนับสนุนและพัฒนา SMEs ในประเทศ โดยการพัฒนาแบบ One Single Submission (OSS) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับ SME ในอินโดนีเซีย ภายใต้ความพยายามส่งเสริมการลงทุนโดยเฉพาะอุตสาหกรรมแปรรูปและการส่งออก เพื่อลดการนำเข้าวัตถุดิบ รวมถึงเหล็กและเหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี และมี SME Productivity Centers จำนวน 22 แห่ง ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการฝึกอบรมและเพิ่มศักยภาพของแรงงาน รวมทั้งมีการจัดตั้ง Entrepreneurship Campus Centers เพื่อให้คำปรึกษา และการบรรยายเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ยังมีโครงการ Student Entrepreneurial ที่ให้เงินสนับสนุนแก่นักเรียนที่มีแผนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรม

ประธานาธิบดี Joko Widodo ของอินโดนีเซีย มีแผนย้ายเมืองหลวงจากกรุงจาการ์ตาไปยังเกาะกาลิมันตัน เพื่อแก้ไขปัญหาการจราจรติดขัด ความเสี่ยงการเป็นเมืองจมน้ำ รวมถึงความแออัดของประชากรในตัวเมืองหลวง โดยเลือกจังหวัดกาลิมันตันตะวันออก ซึ่งตั้งอยู่บนเกาะบอร์เนียวหรือเกาะกาลิมันตันในภาษาอินโดนีเซีย เป็นเมืองหลวงแห่งใหม่ของประเทศ และเริ่มผลักดันปฏิรูปโครงสร้างรวมถึงการปรับปรุงด้านสาธารณูปโภคและสภาพธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความไม่สมดุลในกิจกรรมทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซียกับประเทศอื่น ๆ และเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขัน

บทที่ 4

การสำรวจ และรวบรวมข้อมูล

4

การสำรวจ และรวบรวมข้อมูล

4.1 หลักเกณฑ์การสำรวจข้อมูล สำหรับการจัดเก็บข้อมูล

4.1.1 การจัดทำแบบสำรวจ (Questionnaire)

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการสำรวจข้อมูลความต้องการของวิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจรายย่อย (MSE) โดยวิธีการจัดทำแบบสำรวจ (Questionnaire) ในแต่ละภูมิภาคมีเกณฑ์ในการคัดเลือกเบื้องต้น ดังนี้

1. ขนาดเศรษฐกิจและโครงสร้างเศรษฐกิจ
2. โครงสร้างพื้นฐาน
3. จำนวนผู้ประกอบการส่วนบุคคลและอื่น ๆ

ทั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นตัวแทนของแต่ละภูมิภาค โดยกระจายการเก็บข้อมูลจำแนกตามขนาดธุรกิจในพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี และสงขลา

ตารางที่ 4.1: จำนวนผู้ประกอบการส่วนบุคคลและอื่น ๆ จำแนกตามขนาดธุรกิจ ปี พ.ศ. 2562

จังหวัด	รายย่อย (Micro)	ขนาดย่อม (Small)	ขนาดกลาง (Medium)	จำนวนผู้ประกอบการรวม
ทั่วประเทศ	2,169,924	113,273	3,129	2,286,326
กรุงเทพมหานคร	256,789	20,170	451	277,410
เชียงใหม่	72,017	3,922	96	76,035
ขอนแก่น	56,438	1,988	71	58,497
ชลบุรี	52,616	4,874	238	57,728
สงขลา	44,385	1,869	77	46,331
รวม 5 จังหวัด	482,245	32,823	933	516,001

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 4.2: จำนวนผู้ประกอบการส่วนบุคคลและอื่น ๆ จำแนกตามภาคธุรกิจ ปี พ.ศ. 2562

จังหวัด	ภาคการค้า	ภาคบริการ	ภาคการผลิต	ภาคธุรกิจการเกษตร	จำนวนผู้ประกอบการรวม
ทั่วประเทศ	1,035,799	851,228	399,299	-	2,286,326
กรุงเทพมหานคร	129,930	116,278	31,202	-	277,410
เชียงใหม่	33,224	29,697	13,114	-	76,035
ขอนแก่น	26,604	21,153	10,740	-	58,497
ชลบุรี	29,029	25,554	3,145	-	57,728
สงขลา	24,890	17,637	3,804	-	46,331
รวม 5 จังหวัด	243,677	210,319	62,005	-	516,001

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในการสำรวจมีการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) รวมทั้งหมด 1,320 ตัวอย่าง โดยเบื้องต้นกำหนดให้วิสาหกิจขนาดย่อม ต้องมีสัดส่วนตัวอย่างไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 จากตัวอย่างทั้งหมด แต่อย่างไรก็ตาม ในการสำรวจจะพบวิสาหกิจรายย่อยได้มากกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม ดังนั้น สัดส่วนดังกล่าวจึงอาจมีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม จำนวนตัวอย่างในการสำรวจของแต่ละพื้นที่ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3: จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ

จังหวัด	จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม
กรุงเทพมหานคร	700
เชียงใหม่	200
ขอนแก่น	150
ชลบุรี	150
สงขลา	120
รวม 5 จังหวัด	1,320

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

สำหรับข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสำรวจ (Questionnaire) ของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro/Small Enterprises) จากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 ส่วน¹ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 21 ข้อ เช่น เพศ อายุ รายได้ เป็นต้น
2. ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE จำนวน 7 ข้อ เช่น รูปแบบกิจการ ศักยภาพของธุรกิจ ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19)
3. ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE จำนวน 5 ข้อ เช่น ปัญหา อุปสรรค และความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจใน 5 ประเด็น คือ

¹ รายละเอียดของแบบสำรวจ (Questionnaire) ปรากฏดังภาคผนวก ค

- 1) ด้านกฎระเบียบ อาทิ การปรับปรุงกฎระเบียบ ระบบภาษี การลดหย่อน มาตรการที่เกี่ยวข้อง
 - 2) ด้านการตลาด อาทิ การเพิ่มช่องทางการขาย การส่งออก การจับคู่ธุรกิจ
 - 3) ด้านการเงิน อาทิ แหล่งเงินทุน การพักชำระหนี้ เงินอุดหนุน
 - 4) ด้านปัจจัยสนับสนุน อาทิ เทคโนโลยี ระบบการชำระเงิน โลจิสติกส์
 - 5) ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ อาทิ การบริการข่าวสาร การอบรมทักษะ การจัดการทรัพยากร
4. ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการรับบริการ จำนวน 8 ข้อ เช่น การเข้าร่วมโครงการ/ การรับบริการจากภาครัฐ ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วม เป็นต้น

4.1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมระดมความคิดเห็น

ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของผู้ประกอบการ (ผู้รับบริการ) หน่วยงานองค์กร สถาบัน (ผู้ให้บริการ) ในการใช้ประโยชน์/การให้บริการ เพื่อการพัฒนาธุรกิจจากปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และประเด็นปัญหา-อุปสรรคของการใช้บริการ/ให้บริการ ไม่น้อยกว่า 5 ประเด็น เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ การพัฒนาผู้ประกอบการในรูปแบบ Offline และ Online การตลาด การคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ และความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เป็นต้น

สำหรับการจัดประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) จำนวนไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง ครั้งละไม่น้อยกว่า 20 คน 4 ภูมิภาค (ได้แก่ เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี และสงขลา) ครอบคลุมในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับประเทศไทยและสถานการณ์เศรษฐกิจโลก

4.2 การสำรวจปัจจัยแวดล้อมของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม

4.2.1 การสำรวจโดยใช้แบบสำรวจข้อมูล (Questionnaire)

ในการสำรวจปัจจัยแวดล้อมของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (MSE) จากแบบสำรวจข้อมูล (Questionnaire) ในแต่ละพื้นที่ มีการดำเนินการโดยการแบ่งทีมสำรวจออกเป็น 5 ทีมตามพื้นที่ ดังนี้

ตารางที่ 4.4: แผนดำเนินการสำรวจข้อมูล

พื้นที่	ช่วงเวลา
กรุงเทพมหานคร	13 กรกฎาคม – 17 สิงหาคม 2563
เชียงใหม่	24 กรกฎาคม – 17 สิงหาคม 2563
ขอนแก่น	17 กรกฎาคม – 21 สิงหาคม 2563
ชลบุรี	15 กรกฎาคม – 21 สิงหาคม 2563
สงขลา	13 กรกฎาคม – 17 สิงหาคม 2563

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ การสำรวจข้อมูลใน 5 พื้นที่เป้าหมาย เมื่อดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว มีจำนวนตัวอย่างรวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ 1,320 ตัวอย่าง ซึ่งแสดงรายละเอียดในบทที่ 5 และเอกสารประกอบผลการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ได้ทำการสัมภาษณ์ใน 5 พื้นที่เป้าหมาย มีจำนวนรวมทั้งหมด 21 ตัวอย่าง ดังนี้

1. กรุงเทพมหานคร

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
1	บริษัท เพียร์ พาวเวอร์ จำกัด	30 มิถุนายน 2563 เวลา 10.00 น.	คุณวรพล พรวาณิชย์ (Founder & CEO)
2	สมาพันธ์ SME ไทย	8 กรกฎาคม 2563 เวลา 09.00 น.	1. คุณชนรังสี เฉลิมชัยกิจ (ประธานสมาพันธ์ SME ไทย) 2. คุณแสงชัย อธิกุลวานิช (รองประธานสมาพันธ์ SME ไทย) 3. คณะกรรมการและสมาชิกสมาพันธ์
3	สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)	8 กรกฎาคม 2563 เวลา 13.30 น.	1. คุณธนนันทน์ พรายจันทร์ (ผอ.สถาบัน) 2. ดร.ธนันท์ อภิวันทนาพร (ผอ.ฝ่ายพัฒนาธุรกิจต่างประเทศและการตลาด)

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
4	หอการค้าไทย-จีน	16 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.00 น.	1. คุณจิตติ ตั้งสิทธิ์ภักดี (ประธานคณะกรรมการ) 2. คณะกรรมการและสมาชิก
5	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	24 กรกฎาคม 2563 เวลา 10.00 น.	คุณวุฒิชัย ประชาพร (ผอ.กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจ อุตสาหกรรม)
6	กรมส่งเสริมการเกษตร	4 สิงหาคม 2563 เวลา 10.00 น.	คุณวชิรา ไผ่เจริญมงคล (ผอ.กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร)

2. จังหวัดชลบุรี

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
1	ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9	13 กรกฎาคม 2563 เวลา 10.30 น.	1. คุณวันชัย ปานเปี่ยมเกียรติ (ผอ.กลุ่มบริการธุรกิจอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการ) 2. คุณภารดี เสมอกิจ (ผอ.กลุ่มพัฒนาการส่งเสริมธุรกิจ อุตสาหกรรม) 3. คุณนุจรี ผลบุญ (ผอ.กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน ภูมิภาค)
2	สมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยว เมืองพัทยา	13 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.00 น.	คุณเอกสิทธิ์ งามพิเชษฐ์ (นายกสมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยว เมืองพัทยา)
3	ร้านอาหารชายทะเลบางพระ	13 กรกฎาคม 2563 เวลา 16.30 น.	คุณวิฑิต ศรีระกิจ (เจ้าของร้านอาหาร)
4	วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัย บูรพา	14 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.30 น.	ผศ.ดร.ระพีพร ศรีจำปา (คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์)

3. จังหวัดขอนแก่น

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
1	ศูนย์บ่มเพาะ วิทยาลัยอาชีวศึกษา ขอนแก่น	20 กรกฎาคม 2563 เวลา 09.30 น.	1. คุณอนงค์ลักษณ์ พูลสุวรรณ (ผอ. วิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น) 2. คณะอาจารย์
2	บริษัทลั่นถลิต ออกริ ฟู้ดส์ จำกัด (ผลิตภัณฑ์ ProteGo)	20 กรกฎาคม 2563 เวลา 10.45 น.	สพญ.ลั่นถลิต สุคนธ์รัตนสุข (ผู้บริหาร)
3	บริษัทฟาสเตอร์ โลจิสติกส์ จำกัด	20 กรกฎาคม 2563 เวลา 13.30 น.	คุณณัฐกร เจริญชีวะกุล (ผู้บริหาร)
4	สมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมไทย (ATSME)	21 กรกฎาคม 2563 เวลา 14.00 น.	คุณประกิต ทองแท่งไทย (เลขาธิการนายกสมาคม และประธาน บริษัทในเครือเทพประทานพร กรุ๊ป)

4. จังหวัดสงขลา

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
1	ร้านเมืองใต้ ป่าลิ้ม 2 เกาะยอ	9 สิงหาคม 2563 เวลา 10.00 น.	คุณชัยยุทธ์ เขียวชานาญ (ผู้จัดการร้าน)
2	วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ยางพารา กองทุนหมู่บ้านบ้านไพร่ครอบครัว	10 สิงหาคม 2563 เวลา 14.00 น.	คุณสำราญ วะสีคง (ประธานวิสาหกิจชุมชน)
3	ศิลปะประดิษฐ์เทียมดา	10 สิงหาคม 2563 เวลา 15.30 น.	คุณลัดดา พูลภิญโญ (ประธาน) คุณประพัทธ์ พูลภิญโญ (รองประธาน)

5. จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ	หน่วยงาน	วันและเวลา สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์
1	บริษัท ศูนย์ทำร่ม (1978) จำกัด	16 สิงหาคม 2563 เวลา 13.00 น.	คุณกณณิกา บัวจัน (กรรมการผู้จัดการ)
2	Good Memories Café & Camp	17 สิงหาคม 2563 เวลา 10.00 น.	คุณขวัญชนก จารุจรัสวงศ์ (เจ้าของร้าน)
3	Ladyfirst Carrent	17 สิงหาคม 2563 เวลา 14.00 น.	คุณณัฐชฎา ธนฤทธิ์พงศ์ (ผู้บริหาร)
4	สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)	31 สิงหาคม 2563 เวลา 09.00 น.	คุณวิราภรณ์ มงคลไชยสิทธิ์ (รองผู้อำนวยการ สำนักงานพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ)

4.2.3 การประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group)

ในการประชุมระดมความคิดเห็น ได้ดำเนินการใน 4 พื้นที่เป้าหมาย ดังนี้²

1. จังหวัดชลบุรี

วันที่ 14 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30-12.00 น.
สถานที่ โรงแรมเดอะไทด์ รีสอร์ท บางแสน จังหวัดชลบุรี
จำนวนผู้เข้าร่วม 27 คน

2. จังหวัดขอนแก่น

วันที่ 21 กรกฎาคม 2563 เวลา 08.30-12.00 น.
สถานที่ โรงแรมวีวิช จังหวัดขอนแก่น
จำนวนผู้เข้าร่วม 31 คน

² รายละเอียดการประชุมระดมความคิดเห็น ปรากฏดังภาคผนวก จ

3. จังหวัดสงขลา

วันที่ 10 สิงหาคม 2563 เวลา 09.00 – 13.00 น.
สถานที่ โรงแรมบุรีศรีภู อ.หาดใหญ่จังหวัดสงขลา
จำนวนผู้เข้าร่วม 11 คน

วันที่ 11 สิงหาคม 2563 เวลา 08.30 – 13.30 น.
สถานที่ โรงแรมเดอะเบต เวเคชั่น จังหวัดสงขลา
จำนวนผู้เข้าร่วม 27 คน

4. จังหวัดเชียงใหม่

วันที่ 18 สิงหาคม 2563 เวลา 08.30 – 13.30 น.
สถานที่ โรงแรมแคนทารี ฮิลล์ จังหวัดเชียงใหม่
จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน

4.2.4 การสัมมนารับฟังความคิดเห็น

การสัมมนารับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง วันที่ 15 กันยายน 2563 เวลา 08.30- 13.30 น. ณ โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัณ กรุงเทพฯ มีผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมด 102 คน³



³ รายละเอียดการประชุมสัมมนา ปรากฏดังภาคผนวก ฉ

บทที่ 5

ผลการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม

5

ผลการสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม

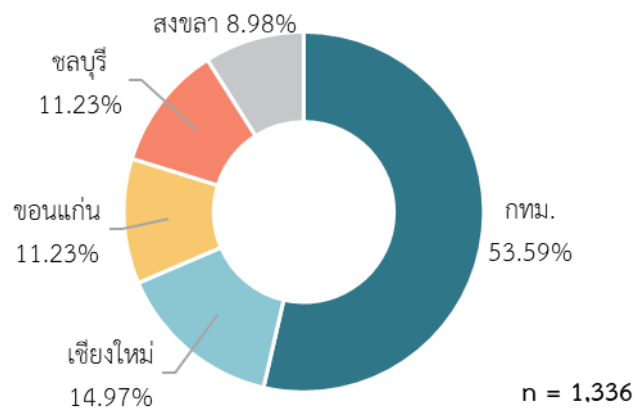
การสำรวจข้อมูลความต้องการของวิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจรายย่อย (MSE) โดยวิธีการจัดทำแบบสำรวจ (Questionnaire) ได้ทำการสำรวจข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 1,336 ตัวอย่าง¹ ซึ่งสามารถสรุปผลการสำรวจจากแบบสอบถามได้เป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE 3) ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE 4) ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ และการรับบริการ และ 5) สรุปผลการสำรวจข้อมูล ดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1.1 จำนวนตัวอย่างในการสำรวจ

การดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ใน 5 จังหวัด จำนวนตัวอย่างรวม 1,336 ตัวอย่าง ดังนี้

ภาพที่ 5.1: จำนวนตัวอย่างในการสำรวจ



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

¹ กำหนดไว้ขั้นต่ำจำนวน 1,320 ตัวอย่าง แต่ดำเนินการเก็บจริงจำนวน 1,336 ตัวอย่าง

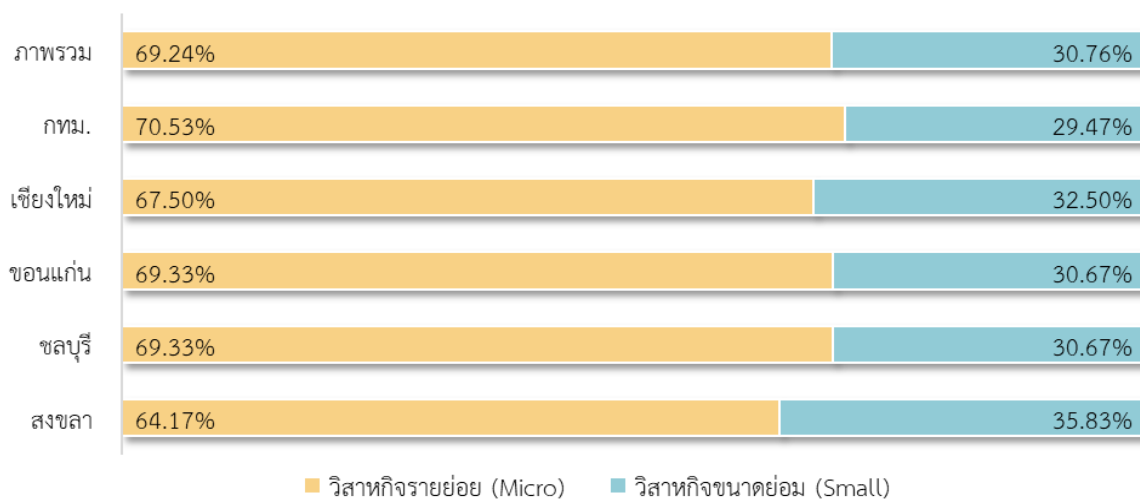
ตารางที่ 5.1: จำนวนตัวอย่างในการสำรวจ

จังหวัด	ภาพรวม		วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	716	53.59	505	54.59	211	51.34
เชียงใหม่	200	14.97	135	14.59	65	15.82
ขอนแก่น	150	11.23	104	11.24	46	11.19
ชลบุรี	150	11.23	104	11.24	46	11.19
สงขลา	120	8.98	77	8.32	43	10.46
รวม	1,336	100.00	925	100.00	411	100.00

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ จำนวนตัวอย่างรวม 1,336 ตัวอย่าง แบ่งเป็นวิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง (ร้อยละ 69.24) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง (ร้อยละ 30.76) ดังภาพที่ 5.2

ภาพที่ 5.2: จำนวนตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดและวิสาหกิจ



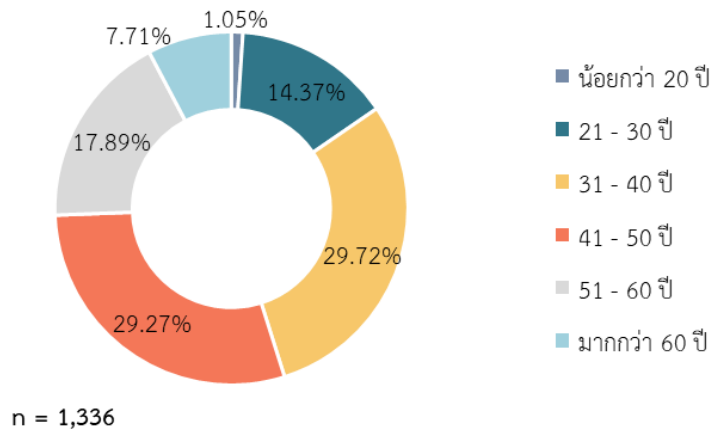
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.1.2 ช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 397 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.72) รองลงมาอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 391 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.27) และหากจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่า วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี จำนวน 281 ตัวอย่าง (ร้อยละ 30.38) รองลงมาอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 255 (ร้อยละ 27.57) วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) กลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 142 ตัวอย่าง (ร้อยละ 34.55) รองลงมาอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี จำนวน 110 ตัวอย่าง (ร้อยละ 26.76)

สำหรับพื้นที่กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี ส่วนขอนแก่น ชลบุรี และสงขลา ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี

ภาพที่ 5.3: สัดส่วนของช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง



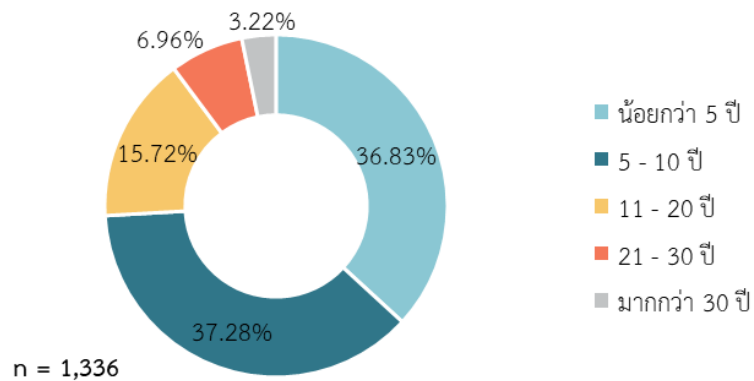
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.1.3 ช่วงอายุกิจการ

ในภาพรวม กิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 5 - 10 ปี จำนวน 498 ตัวอย่าง (ร้อยละ 37.28) รองลงมาอายุกิจการน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 492 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.83) ซึ่งอยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และหากจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 386 ตัวอย่าง (ร้อยละ 41.73) รองลงมาอยู่ในช่วง 5 - 10 ปี จำนวน 336 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.32) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) กิจการมีอายุอยู่ในช่วง 5 - 10 ปี จำนวน 162 ตัวอย่าง (ร้อยละ 39.42) รองลงมาอายุกิจการน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 106 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.79)

สำหรับพื้นที่กรุงเทพฯ สงขลา และชลบุรี กิจการส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 5 - 10 ปี ส่วนเชียงใหม่ และขอนแก่น กิจการส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 5 ปี

ภาพที่ 5.4: สัดส่วนของช่วงอายุกิจการ

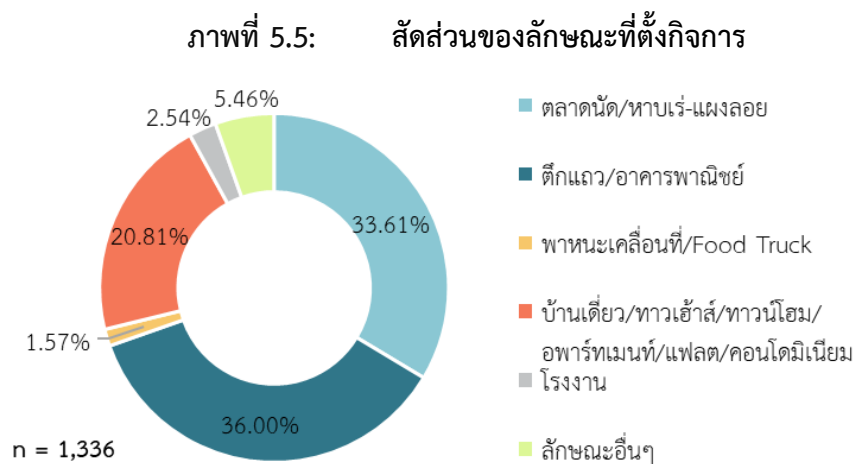


ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.1.4 ลักษณะที่ตั้งกิจการ

ในภาพรวมลักษณะที่ตั้งกิจการส่วนใหญ่เป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ จำนวน 481 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.00) รองลงมาเป็นตลาดนัด/หาบเร่-แผงลอย จำนวน 449 ตัวอย่าง (ร้อยละ 33.61) และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* ส่วนใหญ่เป็นตลาดนัด/หาบเร่-แผงลอย จำนวน 378 ตัวอย่าง (ร้อยละ 40.86) รองลงมาเป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ จำนวน 294 (ร้อยละ 31.78) และ *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* ส่วนใหญ่เป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ จำนวน 187 ตัวอย่าง (ร้อยละ 45.50) รองลงมาเป็นบ้านเดี่ยว/ทาวเฮ้าส์/ทาวนิโฮม/อพาร์ทเมนต์/แฟลต/คอนโดมิเนียม จำนวน 81 ตัวอย่าง (ร้อยละ 19.71)

สำหรับพื้นที่กรุงเทพฯ ชลบุรี และสงขลา ส่วนใหญ่เป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ ในขณะที่เชียงใหม่ และขอนแก่น ส่วนใหญ่เป็นตลาดนัด/หาบเร่-แผงลอย

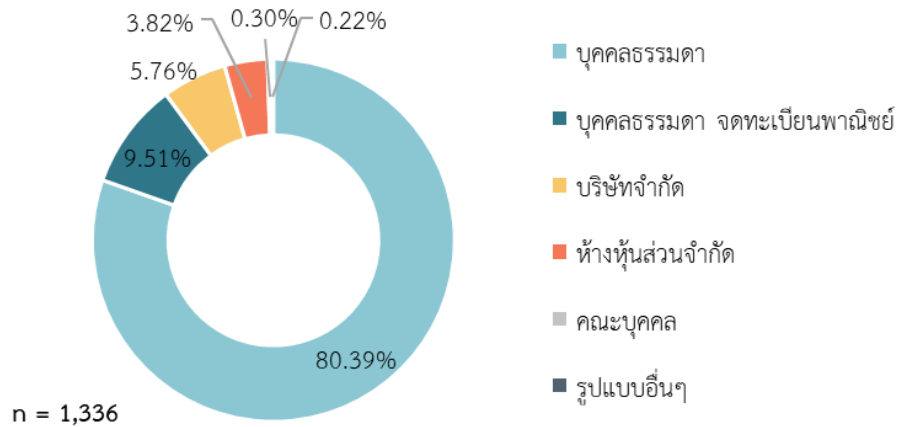


ที่มา: มุลินธิ สวค.

5.1.5 รูปแบบของกิจการ

ในภาพรวมกิจการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจแบบบุคคลธรรมดา จำนวน 1,074 ตัวอย่าง (ร้อยละ 80.39) รองลงมาเป็นแบบบุคคลธรรมดา จดทะเบียนพาณิชย์ จำนวน 127 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.51) และหากจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่า *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* ส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา จำนวน 821 ตัวอย่าง (ร้อยละ 88.76) รองลงมาเป็นแบบบุคคลธรรมดา จดทะเบียนพาณิชย์ จำนวน 85 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.19) และ *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* ส่วนใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา จำนวน 253 ตัวอย่าง (ร้อยละ 61.56) รองลงมาเป็นบริษัทจำกัด จำนวน 69 ตัวอย่าง (ร้อยละ 16.79) โดยทั้ง 5 จังหวัด ส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบบุคคลธรรมดา รองลงมาเป็นแบบบุคคลธรรมดา จดทะเบียนพาณิชย์

ภาพที่ 5.6: สัดส่วนของรูปแบบของกิจการ

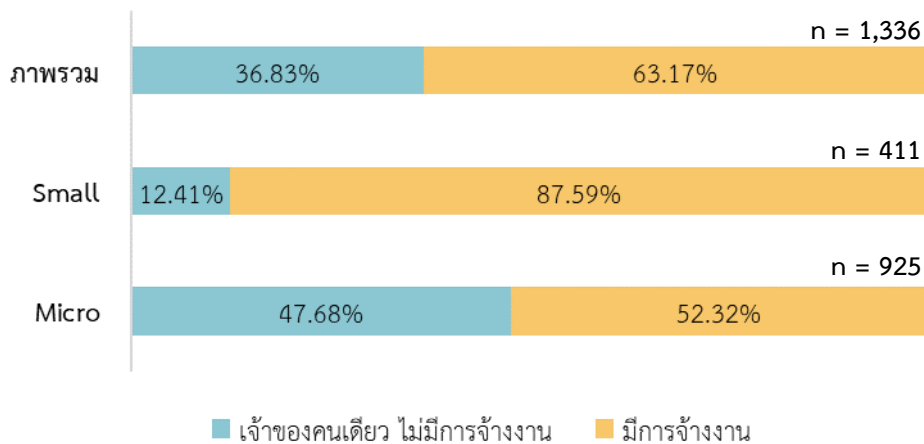


ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.1.6 การจ้างงาน

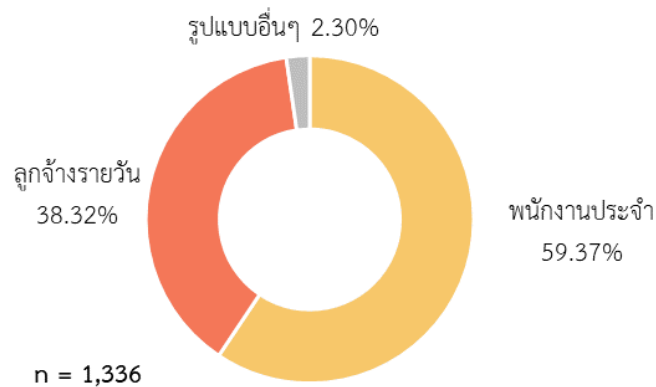
ในภาพรวมมีการจ้างงาน จำนวน 844 ตัวอย่าง (ร้อยละ 63.17) และเป็นลักษณะเจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงาน จำนวน 492 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.83) และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีสัดส่วนการจ้างงานมากกว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) ดังภาพที่ 5.7 โดยกรุงเทพฯ และชลบุรี มีสัดส่วนการจ้างงานมากกว่าเจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงาน ในขณะที่เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา สัดส่วนของเจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงานมากกว่ามีการจ้างงาน

ภาพที่ 5.7: สัดส่วนการจ้างงาน



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ภาพที่ 5.8: สัดส่วนรูปแบบการจ้างงาน



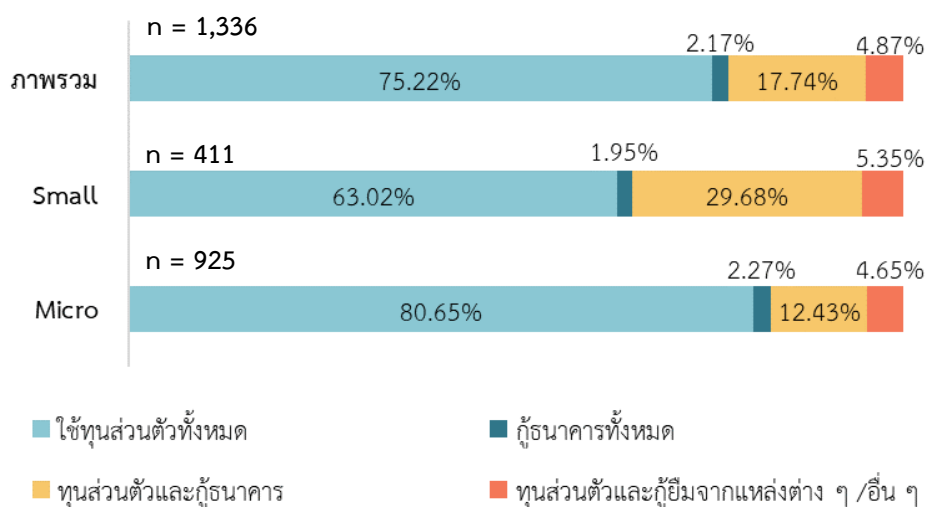
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ภาพที่ 5.8 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่มีการจ้างงาน พบว่า มีการจ้างงานในรูปแบบของพนักงานประจำ ร้อยละ 59.37 โดยวิสาหกิจรายย่อย (Micro) จ้างพนักงานประจำเฉลี่ย 1.73 คนต่อกิจการ และลูกจ้างรายวันเฉลี่ย 1.44 คนต่อกิจการ ขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จ้างพนักงานประจำเฉลี่ย 5.11 คนต่อกิจการ และลูกจ้างรายวันเฉลี่ย 5.34 คนต่อกิจการ

5.1.7 แหล่งเงินทุน

ในภาพรวมผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมด จำนวน 1,005 ตัวอย่าง (ร้อยละ 75.22) รองลงมา คือ ใช้ทุนส่วนตัวร่วมกับกู้ธนาคาร จำนวน 237 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.74) และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีสัดส่วนการใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมดมากกว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) ดังภาพที่ 5.9 โดยทั้ง 5 จังหวัด ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมด

ภาพที่ 5.9: สัดส่วนแหล่งเงินทุน



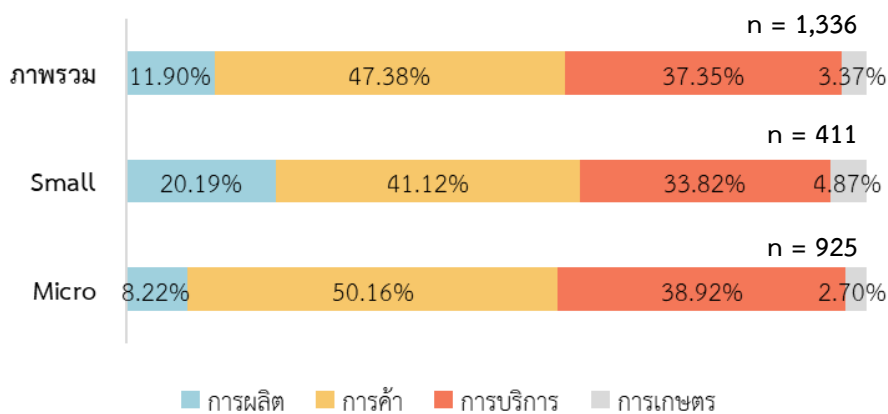
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE

5.2.1 ภาคธุรกิจ

ในภาพรวมกิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในภาคการค้า จำนวน 633 ตัวอย่าง (ร้อยละ 47.38) รองลงมา คือ ภาคการบริการ จำนวน 499 ตัวอย่าง (ร้อยละ 37.35) และหากจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีสัดส่วนใกล้เคียงกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกับภาพรวม ดังภาพที่ 5.10 โดยทั้ง 5 จังหวัด ซึ่งอยู่ในภาคการค้ามากที่สุด รองลงมา คือ ภาคการบริการ เช่นเดียวกันกับในภาพรวม

ภาพที่ 5.10: สัดส่วนของภาคธุรกิจ



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

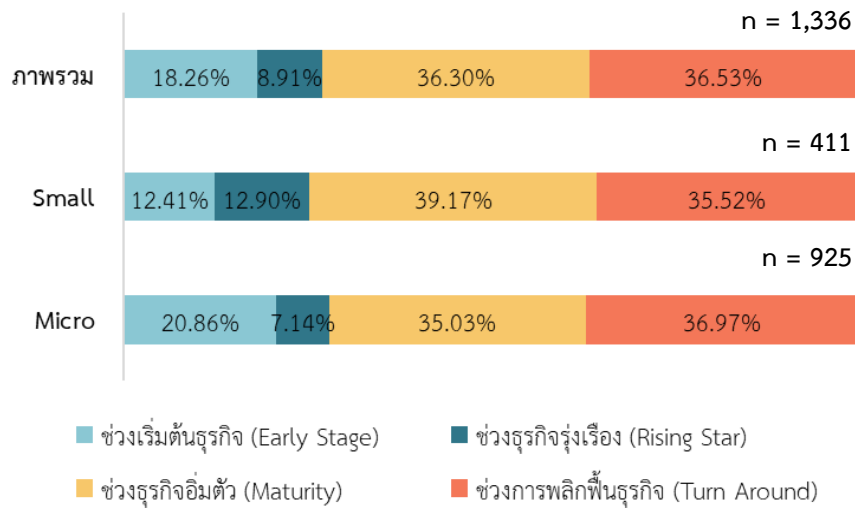
5.2.2 ศักยภาพของธุรกิจ (ช่วงของธุรกิจ)

ในภาพรวมกิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีช่วงธุรกิจอยู่ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) จำนวน 488 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.53) รองลงมา คือ ช่วงธุรกิจอิมมัตู (Maturity) จำนวน 485 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.30) ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) จำนวน 244 ตัวอย่าง (ร้อยละ 18.26) และช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) มีเพียงจำนวน 119 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.91) เท่านั้น ดังภาพที่ 5.11

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) ส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) รองลงมา คือ ช่วงธุรกิจอิมมัตู (Maturity) ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในช่วงธุรกิจอิมมัตู (Maturity) รองลงมา คือ ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)

นอกจากนี้ เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าเชียงใหม่และขอนแก่น ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) ในขณะที่กรุงเทพฯ สงขลา และชลบุรี ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) และทั้ง 5 จังหวัด มีสัดส่วนของช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) น้อยที่สุด

ภาพที่ 5.11: สัดส่วนศักยภาพของธุรกิจ



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

เมื่อพิจารณาถึงขนาดกิจการและภาคธุรกิจในแต่ละช่วงของธุรกิจ พบว่าภาคการค้ามีสัดส่วนมากที่สุดในทุกช่วงธุรกิจยกเว้นภาคการบริการในช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) มีสัดส่วนมากที่สุด จำนวน 56 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.19) เมื่อเปรียบเทียบกับภาคการผลิต การค้า และการเกษตร ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2: สัดส่วนของขนาดกิจการและภาคธุรกิจในแต่ละช่วงธุรกิจ

ช่วงธุรกิจ	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	รวมทั้งหมด
1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	20.86	12.41	18.26
1. การผลิต	0.86	2.68	1.42
2. การค้า	11.03	5.11	9.21
3. การบริการ	8.32	3.89	6.96
4. การเกษตร	0.65	0.73	0.67
2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	7.14	12.90	8.91
1. การผลิต	0.76	1.70	1.05
2. การค้า	3.14	4.62	3.59
3. การบริการ	3.24	6.33	4.19
4. การเกษตร	0.00	0.24	0.07
3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)	35.03	39.17	36.30
1. การผลิต	3.24	8.27	4.79
2. การค้า	17.41	14.36	16.47
3. การบริการ	12.97	13.38	13.10
4. การเกษตร	1.41	3.16	1.95
4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	36.97	35.52	36.53
1. การผลิต	3.35	7.54	4.64
2. การค้า	18.59	17.03	18.11
3. การบริการ	14.38	10.22	13.10
4. การเกษตร	0.65	0.73	0.67
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ หากพิจารณาถึงขนาดกิจการและอายุกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ พบว่าทุกช่วงธุรกิจ มีสัดส่วนอายุกิจการอยู่ในช่วง 5-10 ปี มากที่สุด ยกเว้นช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) ส่วนใหญ่มีอายุกิจการน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 201 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.04) แต่อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่าในช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) และช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) จะเห็นสัดส่วนอายุกิจการที่มากกว่า 10 ปีขึ้นไป อยู่ใน 2 ช่วงนี้ได้ชัดเจน ซึ่งแตกต่างกับ 2 ช่วงธุรกิจแรก ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3: สัดส่วนของขนาดกิจการและอายุกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ

	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	รวมทั้งหมด
1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	20.86	12.41	18.26
น้อยกว่า 5 ปี	17.73	9.00	15.04
5-10 ปี	3.03	2.68	2.92
11-20 ปี	0.00	0.73	0.22
21-30 ปี	0.00	0.00	0.00
มากกว่า 30 ปี	0.11	0.00	0.07
2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	7.14	12.90	8.91
น้อยกว่า 5 ปี	2.81	2.43	2.69
5-10 ปี	3.46	7.30	4.64
11-20 ปี	0.65	1.95	1.05
21-30 ปี	0.22	0.97	0.45
มากกว่า 30 ปี	0.00	0.24	0.07
3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)	35.03	39.17	36.30
น้อยกว่า 5 ปี	9.30	8.03	8.91
5-10 ปี	13.73	15.09	14.15
11-20 ปี	7.14	8.27	7.49
21-30 ปี	3.46	5.84	4.19
มากกว่า 30 ปี	1.41	1.95	1.57
4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	36.97	35.52	36.53
น้อยกว่า 5 ปี	11.89	6.33	10.18
5-10 ปี	16.11	14.36	15.57
11-20 ปี	6.16	8.76	6.96
21-30 ปี	1.62	3.89	2.32
มากกว่า 30 ปี	1.19	2.19	1.50
รวมทั้งหมด	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง

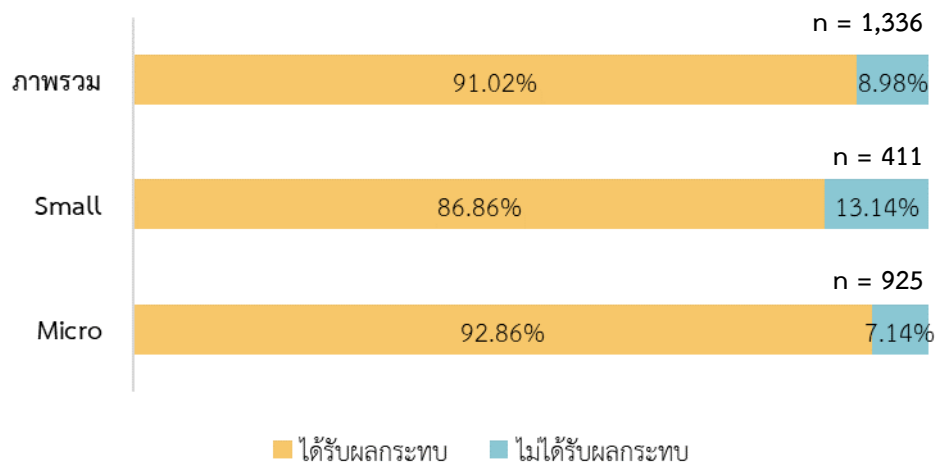
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.2.3 ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19)

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) จำนวน 1,212 ตัวอย่าง (ร้อยละ 91.02) จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) ได้รับผลกระทบ จำนวน 859 ตัวอย่าง (ร้อยละ 92.86) ขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ได้รับผลกระทบ จำนวน 357 ตัวอย่าง (ร้อยละ 86.86)

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าชลบุรี ได้รับผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) มากที่สุด รองลงมา คือ เชียงใหม่ กรุงเทพฯ สงขลา และขอนแก่น ตามลำดับ

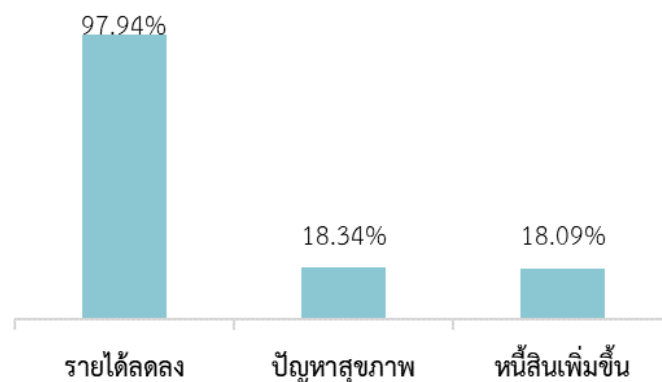
ภาพที่ 5.12: สัดส่วนการได้รับผลกระทบจาก Covid-19



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

สำหรับกลุ่มที่ได้รับผลกระทบ จำนวน 1,212 ตัวอย่าง พบว่าลักษณะผลกระทบ 3 อันดับแรกของกลุ่มตัวอย่าง คือ รายได้ลดลง จำนวน 1,191 ตัวอย่าง (ร้อยละ 97.94) รองลงมา คือ มีปัญหาสุขภาพ และหนี้สินเพิ่มขึ้น มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 223 และ 220 ตัวอย่าง (ร้อยละ 18.34 และ 18.09) ตามลำดับ ส่วนปัญหาอื่น ๆ อาทิ พื้นที่ค้าขายเปลี่ยนไป ความสัมพันธ์ในครอบครัวลดลง และต้องเปลี่ยนอาชีพใหม่ ดังภาพที่ 5.13

ภาพที่ 5.13: สัดส่วนของลักษณะผลกระทบจาก Covid-19



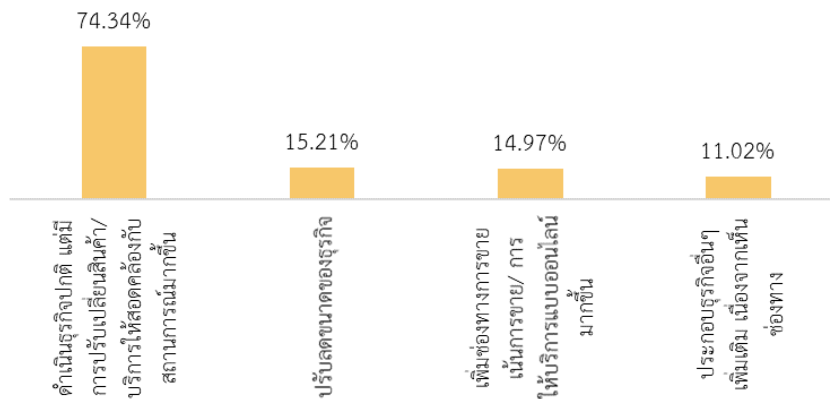
หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,212 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

นอกจากนี้ในภาพรวม กิจกรรมที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 ส่วนใหญ่มีแผนที่จะปรับตัวโดยการดำเนินตามธุรกิจปกติ แต่มีการปรับเปลี่ยนสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์มากขึ้น จำนวน 904 ตัวอย่าง (ร้อยละ 74.34) รองลงมา คือ ปรับลดขนาดธุรกิจ จำนวน 185 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.21) และอื่น ๆ อาทิ เพิ่มช่องทางการขาย เน้นการขาย/การให้บริการแบบออนไลน์มากขึ้น และประกอบธุรกิจอื่น ๆ เนื่องจากเล็งเห็นช่องทาง ดังภาพที่ 5.14

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้ง 5 จังหวัด ส่วนใหญ่มีแผนที่จะดำเนินธุรกิจปกติ แต่จะมีการปรับเปลี่ยนสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์มากขึ้น ส่วนในอันดับรองลงมา คือ กรุงเทพมหานคร และขอนแก่น จะปรับลดขนาดธุรกิจเช่นเดียวกับภาพรวม ในขณะที่เชียงใหม่ สงขลา และชลบุรี ต้องการเพิ่มช่องทางการขาย เน้นการขาย/การให้บริการแบบออนไลน์มากขึ้น

ภาพที่ 5.14: สัดส่วนแผนการปรับตัวจากผลกระทบของ Covid-19

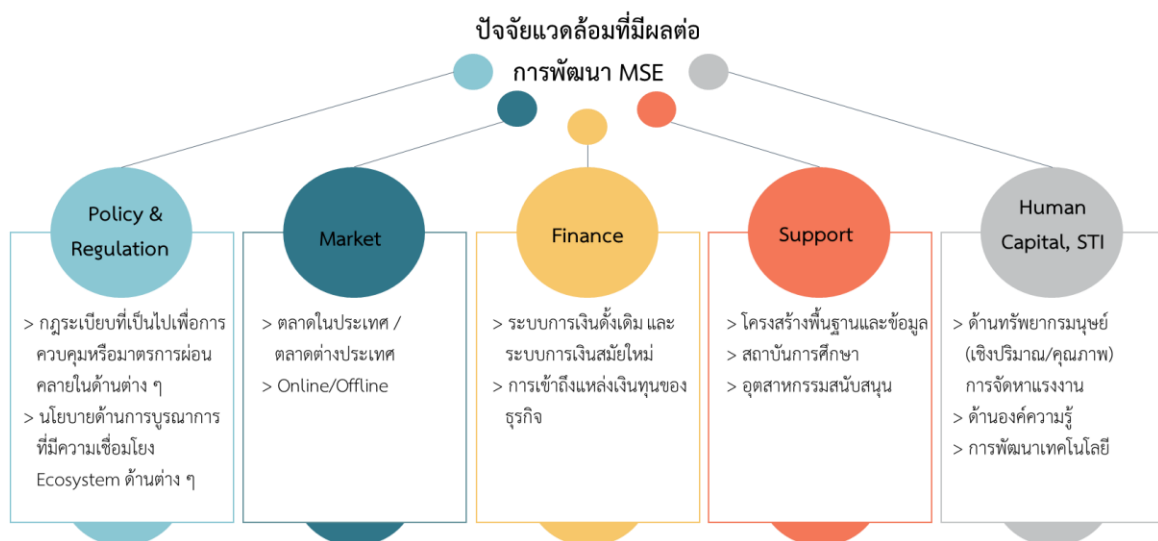


หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,212 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3 ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE

การสำรวจปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงความช่วยเหลือที่ต้องการ แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ 1. ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย 2. ด้านการตลาด 3. ด้านการเงิน 4. ด้านปัจจัยสนับสนุน และ 5. ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ ซึ่งในแต่ละด้านประกอบไปด้วยปัญหาและอุปสรรค และความช่วยเหลือที่ผู้ประกอบการต้องการ

ภาพที่ 5.15: ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการพัฒนา MSE

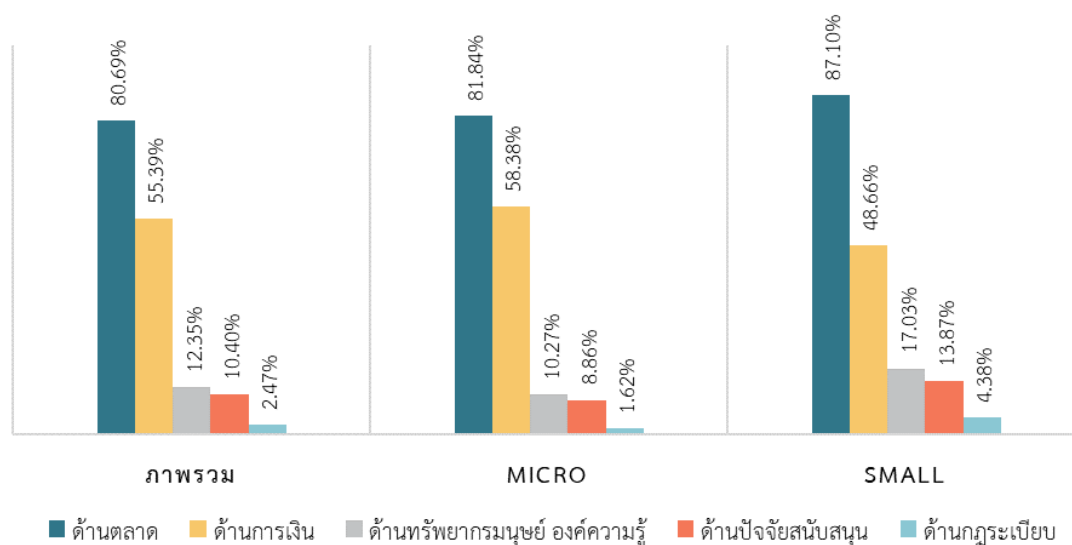


ที่มา: UNITED NATIONS and The World Economic Forum ประมวลผลโดย มูลนิธิ สวค.

5.3.1 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

ในภาพรวม กิจการพบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมากที่สุด จำนวน 1,078 ตัวอย่าง (ร้อยละ 80.69) รองลงมาพบปัญหาด้านการเงิน จำนวน 740 ตัวอย่าง (ร้อยละ 55.39) ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ จำนวน 165 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.35) ด้านปัจจัยสนับสนุน จำนวน 139 ตัวอย่าง (ร้อยละ 10.40) และด้านกฎระเบียบเป็นด้านที่พบปัญหาน้อยที่สุด จำนวน 33 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.47) ดังภาพที่ 5.16

ภาพที่ 5.16: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ



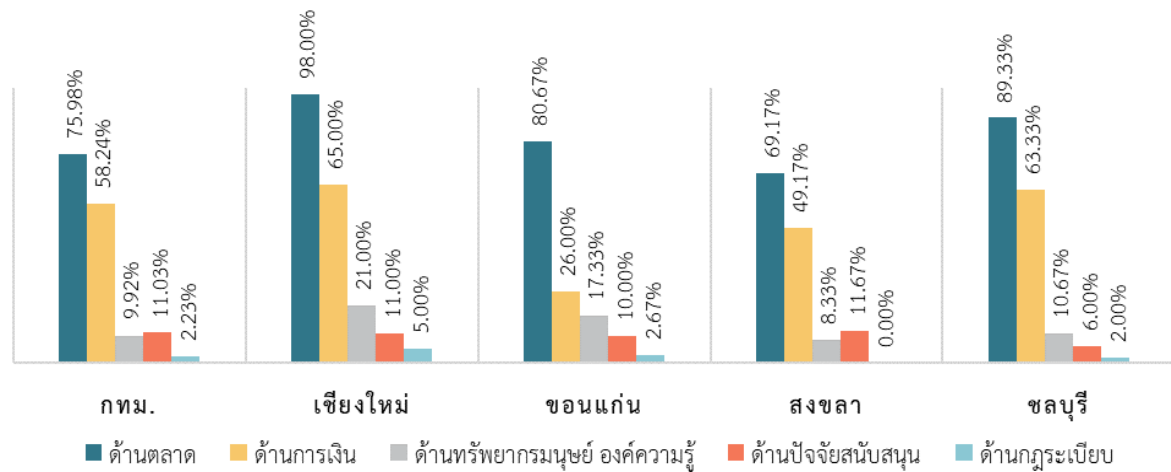
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมากที่สุด จำนวน 757 ตัวอย่าง (ร้อยละ 81.84) รองลงมาพบปัญหาด้านการเงิน จำนวน 540 ตัวอย่าง (ร้อยละ 58.38) ขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) พบปัญหาเช่นเดียวกับกับวิสาหกิจรายย่อย (Micro) คือ พบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมากที่สุด จำนวน 321 ตัวอย่าง (ร้อยละ 87.10) รองลงมาพบปัญหาด้านการเงิน จำนวน 200 ตัวอย่าง (ร้อยละ 48.66) ซึ่งทั้ง 2 ด้านนี้มีสัดส่วนมากกว่า 3 อันดับสุดท้ายอย่างชัดเจน

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้งหมดพบปัญหาเช่นเดียวกับกับภาพรวม คือ พบปัญหาด้านการตลาดมากที่สุด รองลงมา คือ ปัญหาด้านการเงิน และด้านกฎระเบียบเป็นด้านที่มีปัญหาน้อยที่สุดเช่นกัน โดยสงขลา เป็นจังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างไม่มีปัญหาด้านกฎระเบียบ ดังภาพที่ 5.17

ภาพที่ 5.17: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจังหวัด



หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ตารางที่ 5.4: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ด้านการตลาด	ด้านการเงิน	ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	ด้านปัจจัยสนับสนุน	ด้านกฎระเบียบ
ภาพรวม	จำนวน	1,078	740	165	139	33
	ร้อยละ	80.69	55.39	12.35	10.40	2.47
Micro	จำนวน	757	540	95	82	15
	ร้อยละ	81.84	58.38	10.27	8.86	1.62
Small	จำนวน	321	200	70	57	18
	ร้อยละ	78.10	48.66	17.03	13.87	4.38
รายจังหวัด						
กรุงเทพฯ	จำนวน	544	417	71	79	16
	ร้อยละ	75.98	58.24	9.92	11.03	2.23
เชียงใหม่	จำนวน	196	130	42	22	10
	ร้อยละ	98.00	65.00	21.00	11.00	5.00
ขอนแก่น	จำนวน	121	39	26	15	4
	ร้อยละ	80.67	26.00	17.33	10.00	2.67
สงขลา	จำนวน	83	59	10	14	-
	ร้อยละ	69.17	49.17	8.33	11.67	0.00
ชลบุรี	จำนวน	134	95	16	9	3
	ร้อยละ	89.33	63.33	10.67	6.00	2.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด
1,336 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

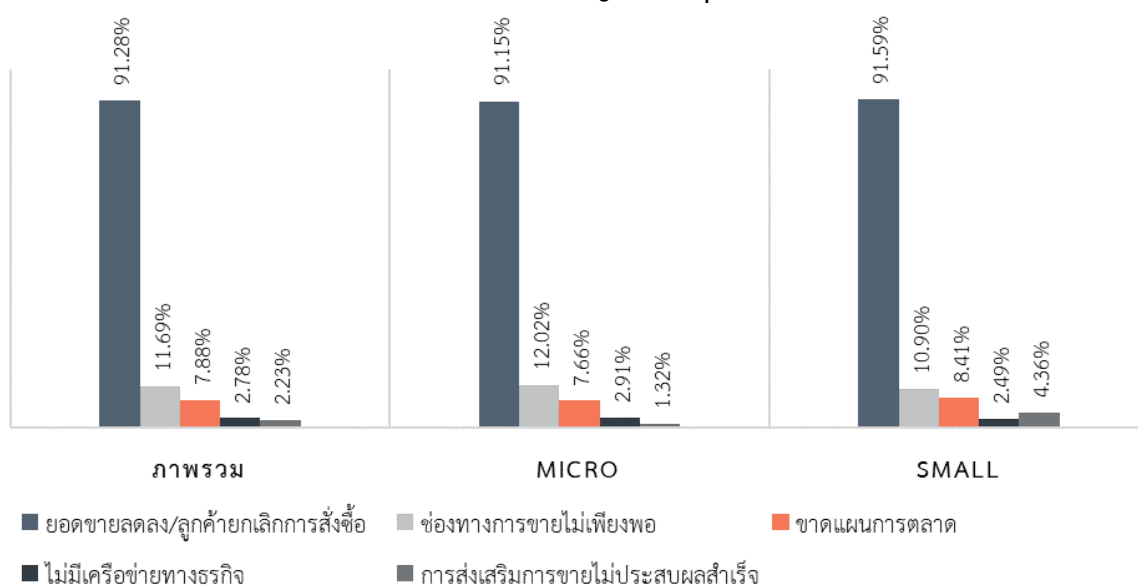
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.1.1 ด้านการตลาด

ด้านการตลาดเป็นด้านที่มีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด จำนวน 1,078 ตัวอย่าง² จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง โดยในภาพรวม พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกคำสั่งซื้อมากที่สุด จำนวน 984 ตัวอย่าง (ร้อยละ 91.28) รองลงมา คือ ช่องทางการขายไม่เพียงพอ จำนวน 126 ตัวอย่าง (ร้อยละ 11.69)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) พบปัญหาและอุปสรรคเช่นเดียวกับในภาพรวมและมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ด้านการตลาด ในเรื่องยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกคำสั่งซื้อมากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องช่องทางการขายไม่เพียงพอ

ภาพที่ 5.18: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านการตลาด



หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 757 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 321 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,078 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้งหมดพบปัญหาเช่นเดียวกันกับภาพรวม คือ ยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกคำสั่งซื้อมากที่สุด รองลงมา กรุงเทพฯ ขอนแก่น และสงขลา พบปัญหาเรื่องช่องทางการขายไม่เพียงพอ เชียงใหม่ พบปัญหาเรื่องขาดแผนการตลาด ชลบุรี พบปัญหาเรื่องไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ และการส่งเสริมการขายไม่ประสบผลสำเร็จเท่า ๆ กัน

² คิดเป็นร้อยละ 80.69 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.5: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านการตลาด

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ยอดขายลดลง/ ลูกค้ายกเลิก การสั่งซื้อ	ช่องทางการ ขายไม่เพียงพอ	ขาดแผนการ ตลาด	ไม่มีเครือข่าย ทางธุรกิจ	การส่งเสริมการ ขายไม่ประสบ ผลสำเร็จ
ภาพรวม	จำนวน	984	126	85	30	24
	ร้อยละ	91.28	11.69	7.88	2.78	2.23
Micro	จำนวน	690	91	58	22	10
	ร้อยละ	91.15	12.02	7.66	2.91	1.32
Small	จำนวน	294	35	27	8	14
	ร้อยละ	91.59	10.90	8.41	2.49	4.36
รายจังหวัด						
กรุงเทพฯ	จำนวน	466	89	35	7	17
	ร้อยละ	85.66	16.36	6.43	1.29	3.13
เชียงใหม่	จำนวน	188	26	46	15	5
	ร้อยละ	95.92	13.27	23.47	7.65	2.55
ขอนแก่น	จำนวน	114	8	4	5	0
	ร้อยละ	94.21	6.61	3.31	4.13	0.00
สงขลา	จำนวน	82	2	0	1	0
	ร้อยละ	98.80	2.41	0.00	1.20	0.00
ชลบุรี	จำนวน	134	1	0	2	2
	ร้อยละ	100.00	0.75	0.00	1.49	1.49

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 757 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 321 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,078 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลินธิ สวค.

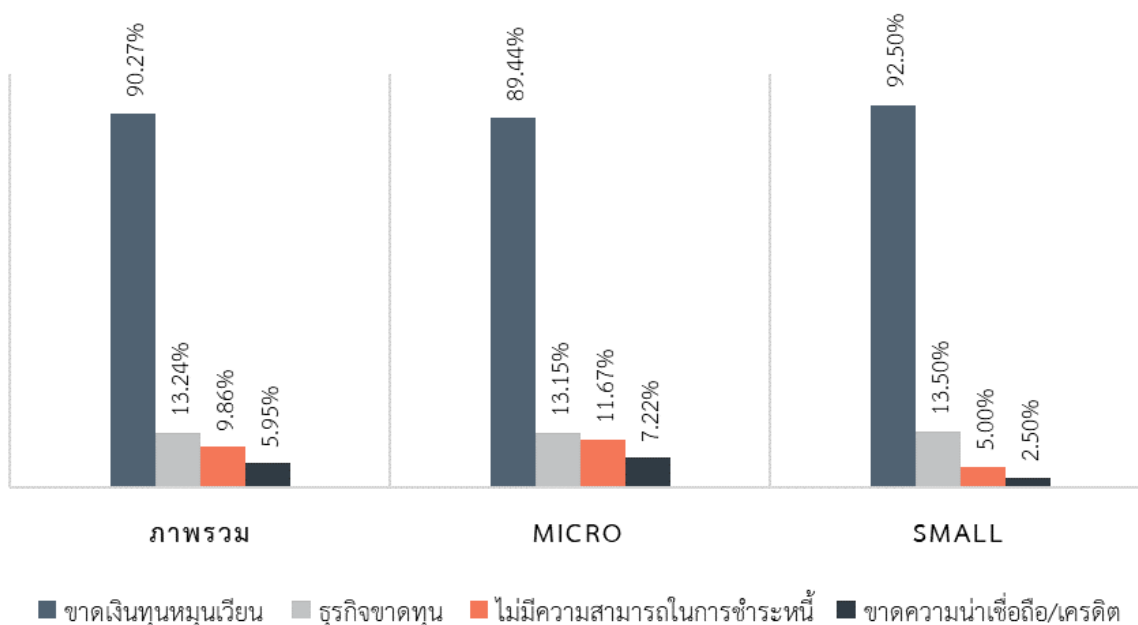
5.3.1.2 ด้านการเงิน

ด้านการเงิน เป็นด้านที่มีปัญหาและอุปสรรคเป็นอันดับที่ 2 มีผู้ตอบจำนวน 740 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง³ โดยในภาพรวม พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องขาดเงินทุนหมุนเวียนมากที่สุด จำนวน 668 ตัวอย่าง (ร้อยละ 90.27) รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจขาดทุน จำนวน 98 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.24)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) พบปัญหาและอุปสรรคเช่นเดียวกับในภาพรวมและมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ เรื่องขาดเงินทุนหมุนเวียนมากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจขาดทุน

³ คิดเป็นร้อยละ 55.4 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ภาพที่ 5.19: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านการเงิน



หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 540 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 200 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 740 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้งหมดพบปัญหาเช่นเดียวกับภาพรวม คือ ขาดเงินทุนหมุนเวียนมากที่สุด รองลงมา กรุงเทพฯ และชลบุรี พบปัญหาเรื่องธุรกิจขาดทุน เชียงใหม่ และขอนแก่น พบปัญหาเรื่องไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ ส่วนสงขลา พบปัญหาเรื่องธุรกิจขาดทุน และไม่มีความสามารถในการชำระหนี้ ในสัดส่วนเท่า ๆ กัน

ตารางที่ 5.6: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงิน

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ขาดเงินทุนหมุนเวียน	ธุรกิจขาดทุน	ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้	ขาดความน่าเชื่อถือ/เครดิต
ภาพรวม	จำนวน	668	98	73	44
	ร้อยละ	90.27	13.24	9.86	5.95
Micro	จำนวน	483	71	63	39
	ร้อยละ	89.44	13.15	11.67	7.22
Small	จำนวน	185	27	10	5
	ร้อยละ	92.50	13.50	5.00	2.50
รายจังหวัด					
กรุงเทพฯ	จำนวน	365	63	40	38
	ร้อยละ	87.53	15.11	9.59	9.11
เชียงใหม่	จำนวน	124	11	15	3
	ร้อยละ	95.38	8.46	11.54	2.31
ขอนแก่น	จำนวน	32	6	8	1
	ร้อยละ	82.05	15.38	20.51	2.56

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ขาดเงินทุนหมุนเวียน	ธุรกิจขาดทุน	ไม่มีความสามารถในการชำระหนี้	ขาดความน่าเชื่อถือ/เครดิต
สงขลา	จำนวน	59	1	1	0
	ร้อยละ	100.00	1.69	1.69	0.00
ชลบุรี	จำนวน	88	17	9	2
	ร้อยละ	92.63	17.89	9.47	2.11

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 540 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 200 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 740 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

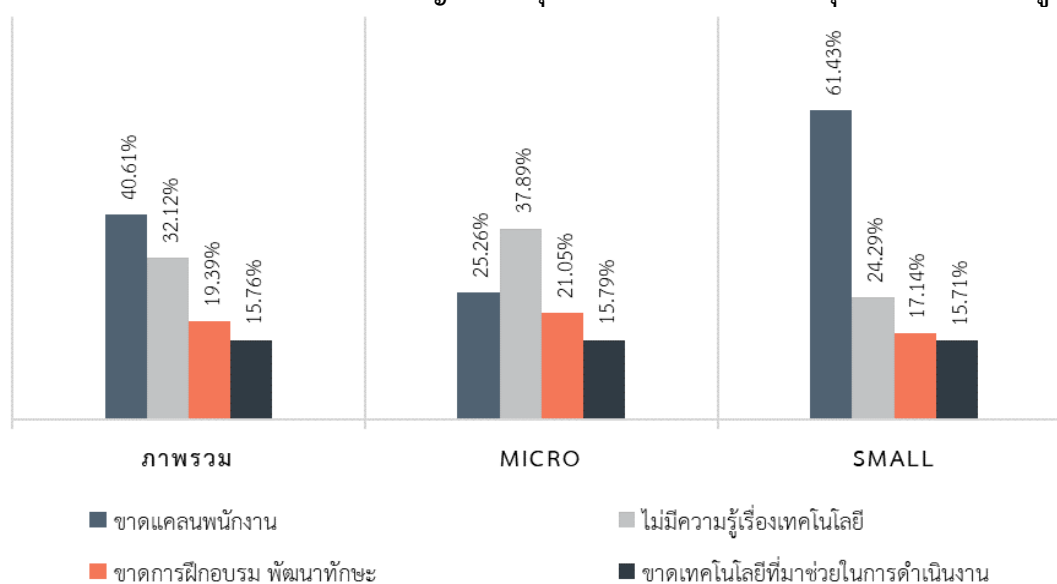
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.1.3 ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้

ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ เป็นด้านที่มีปัญหาและอุปสรรคเป็นอันดับที่ 3 มีผู้ตอบจำนวน 165 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง⁴ โดยในภาพรวม พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะมากที่สุด จำนวน 67 ตัวอย่าง (ร้อยละ 40.61) รองลงมา คือ ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยี จำนวน 53 ตัวอย่าง (ร้อยละ 32.12)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) พบปัญหาเรื่องไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีมากที่สุด จำนวน 36 ตัวอย่าง (ร้อยละ 37.89) ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) พบปัญหาเรื่องขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะ จำนวน 43 ตัวอย่าง (ร้อยละ 61.43)

ภาพที่ 5.20: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้



หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 95 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 70 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 165 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ปัญหา 4 อันดับแรก จากทั้งหมด 6 ข้อ

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

⁴ คิดเป็นร้อยละ 12.35 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ทั้งนี้ หากจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ ขอนแก่น และชลบุรี พบปัญหาเรื่องขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะมากที่สุด เชียงใหม่ พบปัญหาเรื่องขาดการฝึกอบรม พัฒนาทักษะมากที่สุด และสงขลา พบปัญหาเรื่องการขาดเทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินงานมากที่สุด

ตารางที่ 5.7: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ขาดแคลนพนักงาน	ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยี	ขาดการฝึกอบรมพัฒนาทักษะ	ขาดเทคโนโลยีที่มาช่วยในการดำเนินงาน	ไม่มีความรู้เรื่องบัญชีและกฎหมาย	ไม่มีประสบการณ์ในธุรกิจ/ขาดความน่าเชื่อถือ
ภาพรวม	จำนวน	67	53	32	26	17	12
	ร้อยละ	40.61	32.12	19.39	15.76	10.30	7.27
Micro	จำนวน	24	36	20	15	10	8
	ร้อยละ	25.26	37.89	21.05	15.79	10.53	8.42
Small	จำนวน	43	17	12	11	7	4
	ร้อยละ	61.43	24.29	17.14	15.71	10.00	5.71
รายจังหวัด							
กรุงเทพฯ	จำนวน	33	24	9	7	5	3
	ร้อยละ	46.48	33.80	12.68	9.86	7.04	4.23
เชียงใหม่	จำนวน	9	16	17	10	9	3
	ร้อยละ	21.43	38.10	40.48	23.81	21.43	7.14
ขอนแก่น	จำนวน	9	8	5	2	1	5
	ร้อยละ	34.62	30.77	19.23	7.69	3.85	19.23
สงขลา	จำนวน	3	3	0	5	2	0
	ร้อยละ	30.00	30.00	0.00	50.00	20.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	13	2	1	2	0	1
	ร้อยละ	81.25	12.50	6.25	12.50	0.00	6.25

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 95 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 70 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 165 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

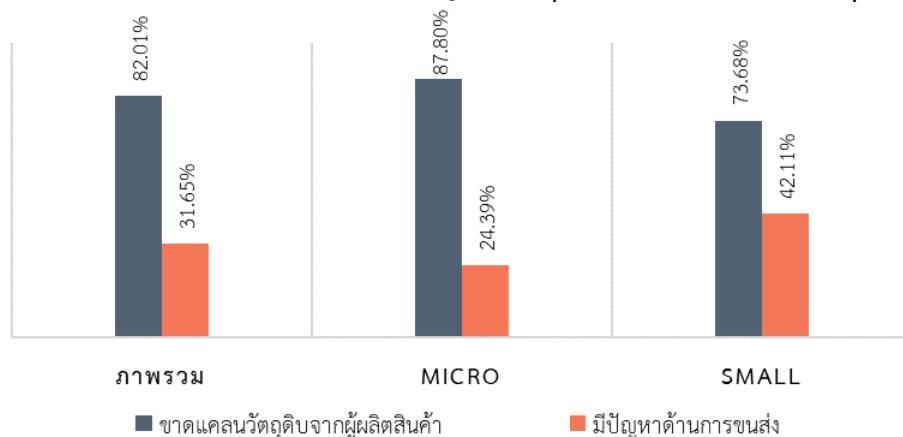
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.3.1.4 ด้านปัจจัยสนับสนุน

ด้านปัจจัยสนับสนุน มีผู้ตอบจำนวน 139 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง⁵ โดยในภาพรวมพบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องในเรื่องขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้ามากที่สุด จำนวน 114 ตัวอย่าง (ร้อยละ 82.01) รองลงมา คือ ปัญหาด้านการขนส่ง จำนวน 44 ตัวอย่าง (ร้อยละ 31.65) และหากจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่า วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีปัญหาเป็นไปในทิศทางเดียวกับภาพรวม

⁵ คิดเป็นร้อยละ 10.40 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ภาพที่ 5.21: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านปัจจัยสนับสนุน



หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 82 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 57 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 139 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้งหมดพบปัญหาเช่นเดียวกันกับภาพรวม คือ ขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องมีปัญหาด้านการขนส่ง

ตารางที่ 5.8: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านปัจจัยสนับสนุน

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้า	มีปัญหาด้านการขนส่ง
ภาพรวม	จำนวน	114	44
	ร้อยละ	82.01	31.65
Micro	จำนวน	72	20
	ร้อยละ	87.80	24.39
Small	จำนวน	42	24
	ร้อยละ	73.68	42.11
รายจังหวัด			
กรุงเทพฯ	จำนวน	67	21
	ร้อยละ	84.81	26.58
เชียงใหม่	จำนวน	16	8
	ร้อยละ	72.73	36.36
ขอนแก่น	จำนวน	14	1
	ร้อยละ	93.33	6.67
สงขลา	จำนวน	9	9
	ร้อยละ	64.29	64.29
ชลบุรี	จำนวน	8	5
	ร้อยละ	88.89	55.56

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 82 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 57 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 139 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

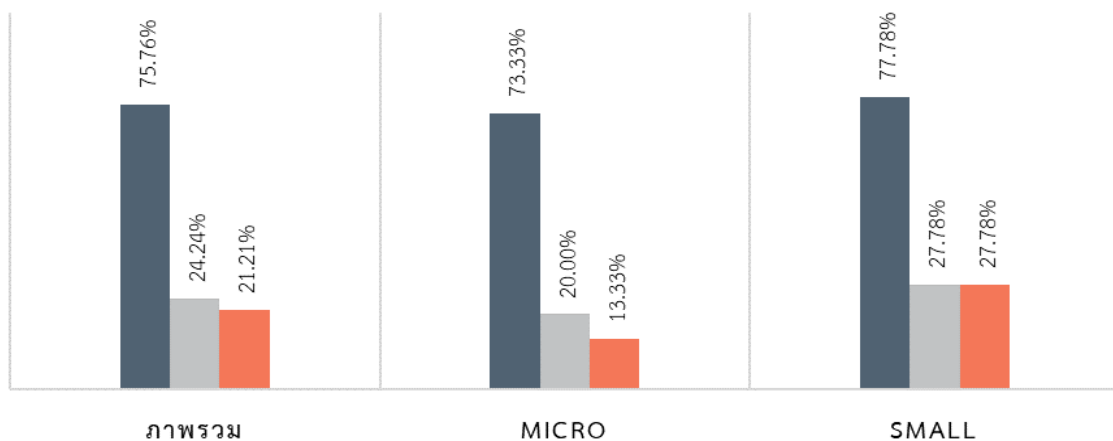
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.1.5 ด้านกฎระเบียบ

ด้านกฎระเบียบเป็นด้านที่มีปัญหาน้อยที่สุด มีผู้ตอบจำนวน 33 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง⁶ โดยในภาพรวม พบว่ามีปัญหาในเรื่องกฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจมากที่สุด จำนวน 25 ตัวอย่าง (ร้อยละ 75.76) รองลงมา คือ เรื่องความซ้ำซ้อนของขั้นตอน จำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.24)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* พบปัญหาเรื่องกฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจมากที่สุดเช่นเดียวกับในภาพรวม จำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 73.33) ส่วน *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* พบปัญหาเรื่องกฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจมากที่สุดเช่นกัน จำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 77.78) และรองลงมา คือ ปัญหาความซ้ำซ้อนของขั้นตอน และความล่าช้าในการดำเนินการมีสัดส่วนเท่ากัน

ภาพที่ 5.22: สัดส่วนปัญหาและอุปสรรค ด้านกฎระเบียบ



■ กฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจ ■ ความซ้ำซ้อนของขั้นตอน ■ ความล่าช้าในการดำเนินการ
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 15 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 18 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 33 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

หากพิจารณาจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ และเชียงใหม่ มีปัญหาเรื่องกฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจมากที่สุด ขอนแก่น มีปัญหาเรื่องความล่าช้าในการดำเนินการมากที่สุด ชลบุรี มีปัญหาเรื่องกฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจมากที่สุด ส่วนสงขลา กลุ่มตัวอย่างไม่พบปัญหาในด้านกฎระเบียบ

⁶ คิดเป็นร้อยละ 2.47 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.9: ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ด้านกฎระเบียบ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		กฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำ ธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจ	ความซ้ำซ้อนของ ขั้นตอน	ความล่าช้าในการ ดำเนินการ
ภาพรวม	จำนวน	25	8	7
	ร้อยละ	75.76	24.24	21.21
Micro	จำนวน	11	3	2
	ร้อยละ	73.33	20.00	13.33
Small	จำนวน	14	5	5
	ร้อยละ	77.78	27.78	27.78
รายจังหวัด				
กรุงเทพฯ	จำนวน	14	2	0
	ร้อยละ	87.50	12.50	0.00
เชียงใหม่	จำนวน	8	4	3
	ร้อยละ	80.00	40.00	30.00
ขอนแก่น	จำนวน	0	2	3
	ร้อยละ	0.00	50.00	75.00
สงขลา	จำนวน	0	0	0
	ร้อยละ	0.00	0.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	3	0	1
	ร้อยละ	100.00	0.00	33.33

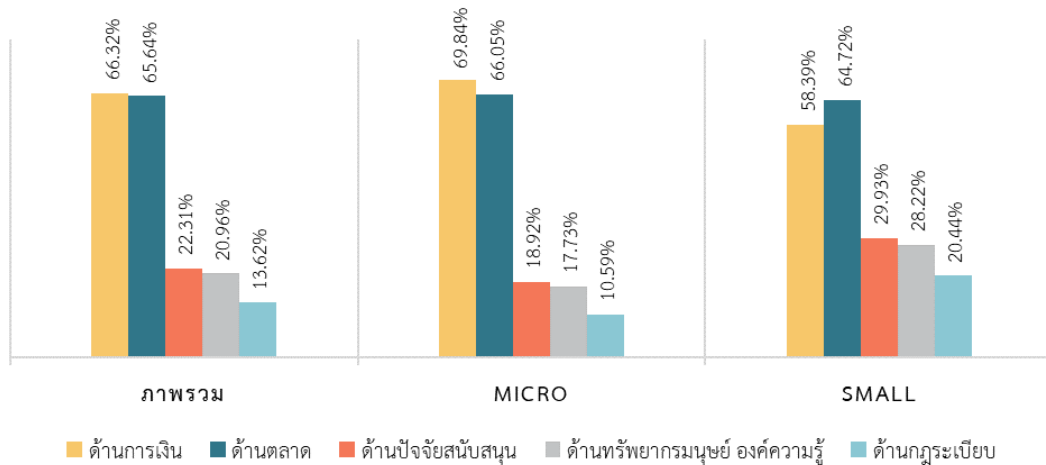
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 15 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 18 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 33 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.3.2 ความต้องการความช่วยเหลือ

ในภาพรวม ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือในด้านการเงินมากที่สุด จำนวน 886 ตัวอย่าง (ร้อยละ 66.32) รองลงมาต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาด จำนวน 877 (ร้อยละ 65.64) ซึ่งอันดับที่ 1 และ 2 มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ด้านปัจจัยสนับสนุน จำนวน 298 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.31) ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้ จำนวน 280 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.96) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านกฎระเบียบ จำนวน 182 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.62) ดังภาพที่ 5.23

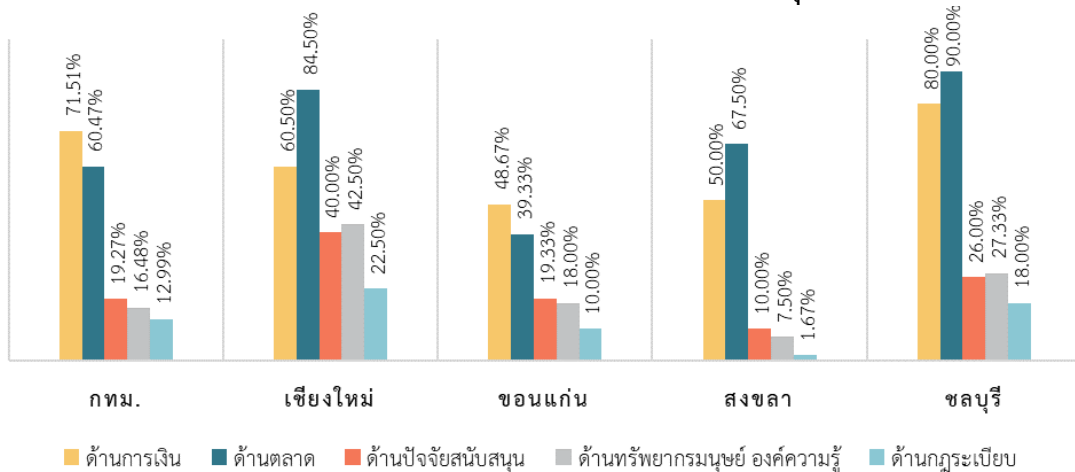
ภาพที่ 5.23: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ



หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) ต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจด้านการเงินมากที่สุด จำนวน 646 ตัวอย่าง (ร้อยละ 69.84) รองลงมา คือ ต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาด จำนวน 611 ตัวอย่าง (ร้อยละ 66.05) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) พบว่าต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจด้านการตลาดมากที่สุด จำนวน 266 ตัวอย่าง (ร้อยละ 64.72) รองลงมา คือ ต้องการความช่วยเหลือด้านการเงิน จำนวน 240 ตัวอย่าง (ร้อยละ 58.39) ซึ่งวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีความแตกต่างกันในอันดับที่ 1 และ 2

ภาพที่ 5.24: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ จำแนกตามจังหวัด



หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ภาพที่ 5.24 เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ และขอนแก่น ต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจด้านการเงินมากที่สุด และรองลงมาต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาด ในขณะที่เชียงใหม่ สงขลา และชลบุรี ต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาดมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการเงิน

ตารางที่ 5.10: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ด้านการเงิน	ด้านการตลาด	ด้านปัจจัยสนับสนุน	ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้	ด้านกฎระเบียบ
ภาพรวม	จำนวน	886	877	298	280	182
	ร้อยละ	66.32	65.64	22.31	20.96	13.62
Micro	จำนวน	646	611	175	164	98
	ร้อยละ	69.84	66.05	18.92	17.73	10.59
Small	จำนวน	240	266	123	116	84
	ร้อยละ	58.39	64.72	29.93	28.22	20.44
รายจังหวัด						
กรุงเทพฯ	จำนวน	512	433	138	118	93
	ร้อยละ	71.51	60.47	19.27	16.48	12.99
เชียงใหม่	จำนวน	121	169	80	85	45
	ร้อยละ	60.50	84.50	40.00	42.50	22.50
ขอนแก่น	จำนวน	73	59	29	27	15
	ร้อยละ	48.67	39.33	19.33	18.00	10.00
สงขลา	จำนวน	60	81	12	9	2
	ร้อยละ	50.00	67.50	10.00	7.50	1.67
ชลบุรี	จำนวน	120	135	39	41	27
	ร้อยละ	80.00	90.00	26.00	27.33	18.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด

1,336 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

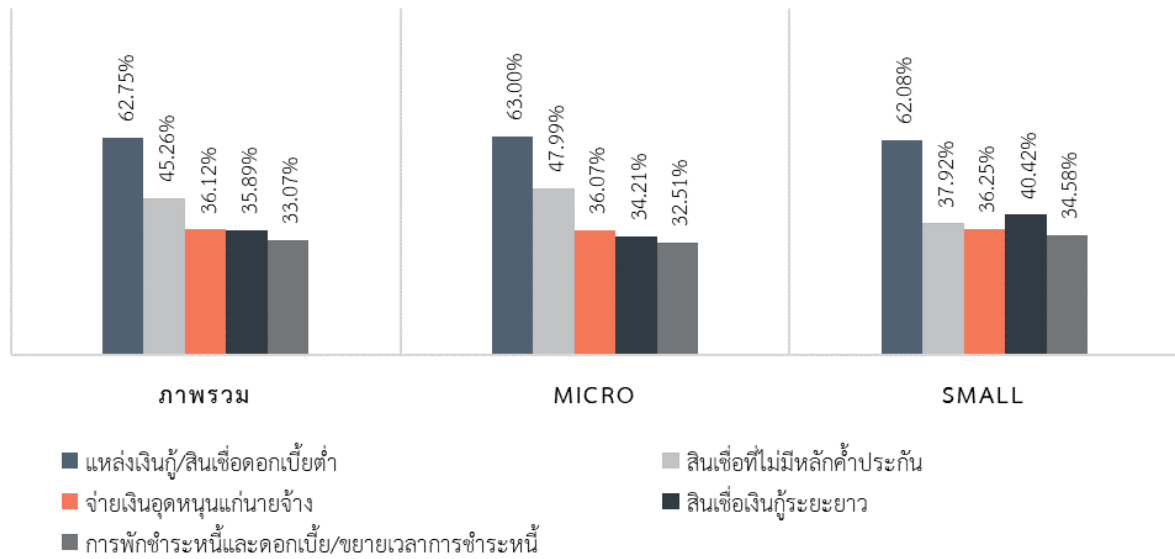
5.3.2.1 ด้านการเงิน

ด้านการเงิน เป็นด้านที่ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 886 ตัวอย่าง⁷ จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง โดยในภาพรวม พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องขาดเงินทุนหมุนเวียนมากที่สุด จำนวน 668 ตัวอย่าง (ร้อยละ 90.27) รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจขาดทุน จำนวน 98 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.24)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) พบว่าต้องการความช่วยเหลือในเรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำมากที่สุด จำนวน 407 ตัวอย่าง (ร้อยละ 63.00) รองลงมา คือ ต้องการสินเชื่อไม่มีหลักค้ำประกัน จำนวน 310 ตัวอย่าง (ร้อยละ 47.99) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ต้องการความช่วยเหลือในเรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำมากที่สุด เช่นเดียวกับวิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 149 ตัวอย่าง (ร้อยละ 62.08) รองลงมา คือ ต้องการสินเชื่อเงินกู้ระยะยาว จำนวน 97 ตัวอย่าง (ร้อยละ 40.42)

⁷ คิดเป็นร้อยละ 66.32 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ภาพที่ 5.25: ลัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือด้านการเงิน



หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 646 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 240 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 886 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ความช่วยเหลือของภาพรวม 5 อันดับแรก จากทั้งหมด 8 ข้อ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ และเชียงใหม่ ต้องการความช่วยเหลือเรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำมากที่สุด สงขลา และชลบุรี ต้องการความช่วยเหลือเรื่องจ่ายเงินอุดหนุนแก่นายจ้างมากที่สุด รองลงมา คือ แหล่งเงินกู้/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ และขอนแก่น ต้องการความช่วยเหลือเรื่องสินเชื่อที่ไม่มีหลักค้ำประกันมากที่สุด

ตารางที่ 5.11: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านการเงิน

จังหวัด/ขนาดกิจการ		แหล่งเงินกู้/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ	สินเชื่อที่ไม่มี หลักค้ำประกัน	จ่ายเงินอุดหนุน แก่นายจ้าง	สินเชื่อเงินกู้ ระยะยาว	การพักชำระหนี้ และดอกเบี้ย/ ขยายเวลาการ ชำระหนี้	มีหน่วยงาน ให้คำปรึกษาด้าน การเงิน เพื่อเข้ามา ช่วยฟื้นฟูกิจการ	มีแหล่งเงินทุน จากกองทุน ร่วมลงทุน	มีแหล่งเงินทุนจาก นักลงทุนที่นำเงิน มาร่วมลงทุน
ภาพรวม	จำนวน	556	401	320	318	293	116	25	18
	ร้อยละ	62.75	45.26	36.12	35.89	33.07	13.09	2.82	2.03
Micro	จำนวน	407	310	233	221	210	73	16	10
	ร้อยละ	63.00	47.99	36.07	34.21	32.51	11.30	2.48	1.55
Small	จำนวน	149	91	87	97	83	43	9	8
	ร้อยละ	62.08	37.92	36.25	40.42	34.58	17.92	3.75	3.33
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	349	234	153	173	173	75	5	4
	ร้อยละ	68.16	45.70	29.88	33.79	33.79	14.65	0.98	0.78
เชียงใหม่	จำนวน	86	65	18	69	64	24	10	9
	ร้อยละ	71.07	53.72	14.88	57.02	52.89	19.83	8.26	7.44
ขอนแก่น	จำนวน	23	38	13	16	10	3	7	1
	ร้อยละ	31.51	52.05	17.81	21.92	13.70	4.11	9.59	1.37
สงขลา	จำนวน	29	27	41	24	13	3	1	2
	ร้อยละ	48.33	45.00	68.33	40.00	21.67	5.00	1.67	3.33
ชลบุรี	จำนวน	69	37	95	36	33	11	2	2
	ร้อยละ	57.50	30.83	79.17	30.00	27.50	9.17	1.67	1.67

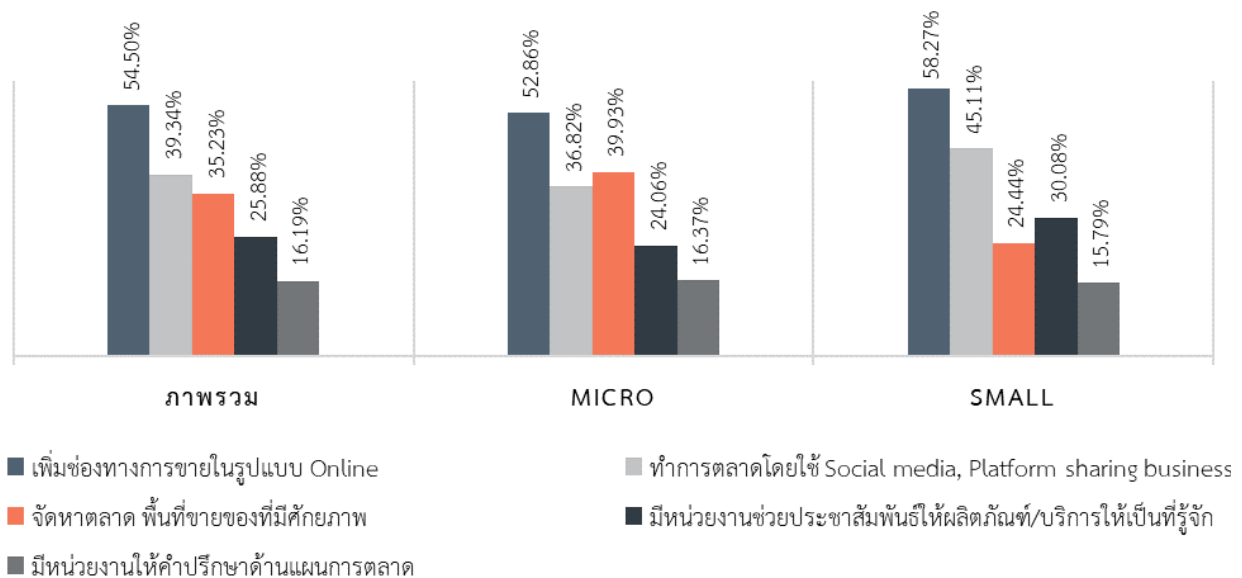
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 646 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 240 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 886 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.2.2 ด้านการตลาด

ด้านการตลาดเป็นด้านที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 877 ตัวอย่าง⁸ จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง โดยในภาพรวม พบว่ากิจกรรมที่ต้องการความช่วยเหลือในเรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online มากที่สุด จำนวน 478 คน (ร้อยละ 54.50) รองลงมา คือ เรื่องทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business จำนวน 345 ตัวอย่าง (ร้อยละ 39.34)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) พบว่ากิจกรรมที่ต้องการความช่วยเหลือเรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online มากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องจัดหาตลาด พื้นที่ขายของที่มีศักยภาพ ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีความต้องการความช่วยเหลือในเรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online มากที่สุดเช่นกัน และรองลงมา คือ เรื่องทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business

ภาพที่ 5.26: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านการตลาด



หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 611 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 266 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 877 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ความช่วยเหลือของภาพรวม 5 อันดับแรก จากทั้งหมด 8 ข้อ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ เชียงใหม่ และสงขลา ต้องการความช่วยเหลือเรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online มากที่สุด ส่วนชลบุรี ต้องการความช่วยเหลือในเรื่องทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business มากที่สุด และขอนแก่น ต้องการความช่วยเหลือในเรื่องจัดหาตลาด พื้นที่ขายของที่มีศักยภาพมากที่สุด

⁸ คิดเป็นร้อยละ 65.64 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.12: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านการตลาด

จังหวัด/ขนาดกิจการ		เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online	ทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business	จัดหาตลาดพื้นที่ขายของที่มีศักยภาพ	มีหน่วยงานช่วยเหลือประชาสัมพันธ์ให้ผลิตภัณฑ์/บริการเป็นที่รู้จัก	มีหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านแผนการตลาด	การจัดประชุมเครือข่ายธุรกิจและงานแสดง/ขายสินค้า	จัดหาตลาดส่งออกในประเทศ	การจับคู่ธุรกิจ Business matching
ภาพรวม	จำนวน	478	345	309	227	142	64	55	31
	ร้อยละ	54.50	39.34	35.23	25.88	16.19	7.30	6.27	3.53
Micro	จำนวน	323	225	244	147	100	34	34	20
	ร้อยละ	52.86	36.82	39.93	24.06	16.37	5.56	5.56	3.27
Small	จำนวน	155	120	65	80	42	30	21	11
	ร้อยละ	58.27	45.11	24.44	30.08	15.79	11.28	7.89	4.14
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	247	187	142	87	34	33	23	8
	ร้อยละ	57.04	43.19	32.79	20.09	7.85	7.62	5.31	1.85
เชียงใหม่	จำนวน	91	64	60	72	60	22	22	18
	ร้อยละ	53.85	37.87	35.50	42.60	35.50	13.02	13.02	10.65
ขอนแก่น	จำนวน	91	64	60	72	60	22	22	18
	ร้อยละ	53.85	37.87	35.50	42.60	35.50	13.02	13.02	10.65
สงขลา	จำนวน	50	8	5	34	10	0	0	0
	ร้อยละ	61.73	9.88	6.17	41.98	12.35	0.00	0.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	78	79	61	31	31	8	8	4
	ร้อยละ	57.78	58.52	45.19	22.96	22.96	5.93	5.93	2.96

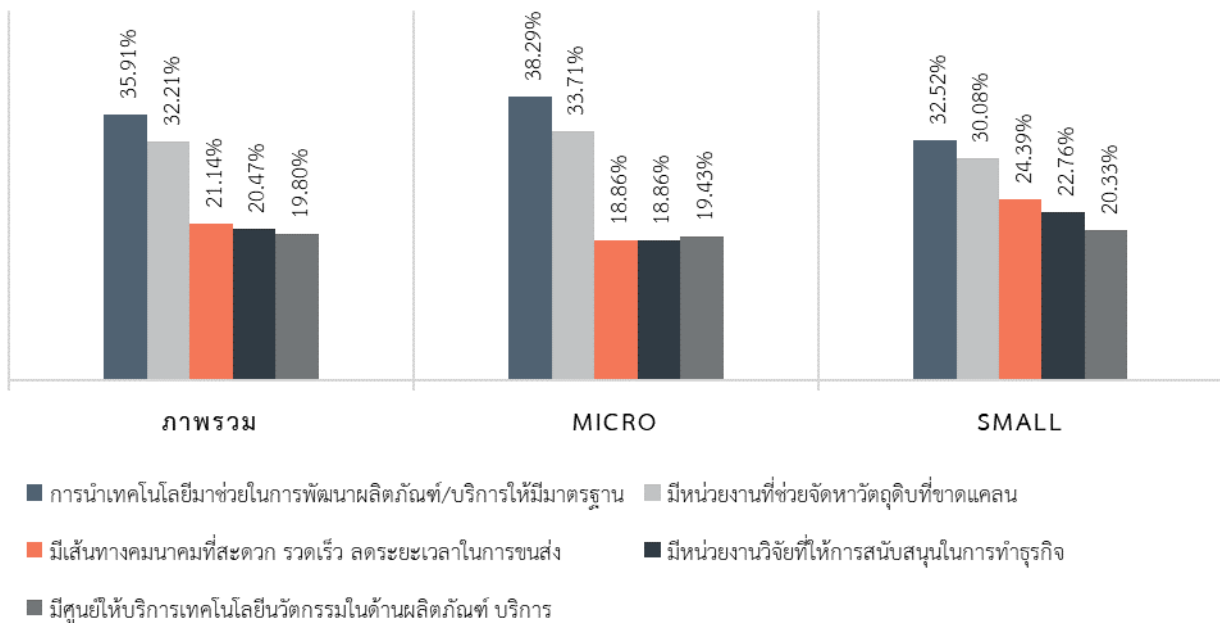
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 611 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 266 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 877 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.3.2.3 ด้านปัจจัยสนับสนุน

ด้านปัจจัยสนับสนุนเป็นด้านที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นอันดับที่ 3 จำนวน 298 ตัวอย่าง⁹ จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง โดยในภาพรวม พบว่ากิจการต้องการความช่วยเหลือในเรื่องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐานมากที่สุด จำนวน 107 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.91) รองลงมา คือ มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลน จำนวน 96 ตัวอย่าง (ร้อยละ 32.21)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่า *วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* มีความต้องการความช่วยเหลือเป็นไปในลักษณะใกล้เคียงกับภาพรวม คือ กิจการต้องการความช่วยเหลือด้านปัจจัยสนับสนุนในเรื่องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐานมากที่สุด รองลงมา คือ มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลน ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ภาพที่ 5.27: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านปัจจัยสนับสนุน



หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 175 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 123 ตัวอย่าง รวมทั้งรวม 298 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ความช่วยเหลือของภาพรวม 5 อันดับแรก จากทั้งหมด 11 ข้อ

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด พบว่า *กรุงเทพฯ และขอนแก่น* ต้องการความช่วยเหลือเรื่องมีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลนมากที่สุด *เชียงใหม่* ต้องการเรื่องการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีนำระบบดิจิทัลเข้ามาช่วยในธุรกิจมากที่สุด *สงขลา* ต้องการมีระบบการขนส่งโลจิสติกส์ที่ทันสมัย ขนส่งได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ และ *ชลบุรี* ต้องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐานมากที่สุด

⁹ คิดเป็นร้อยละ 22.30 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.13: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านปัจจัยสนับสนุน

จังหวัด/ ขนาดกิจการ		การนำเทคโนโลยีมา	มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหา	มีเส้นทางคมนาคม	มีหน่วยงานวิจัยที่ให้	มีศูนย์ให้บริการ	มีระบบชำระเงิน	การสนับสนุนด้าน	มีระบบการขนส่ง	มีโปรแกรมจัดการธุรกิจ	มีระบบการจัดการ	มี Co-working space
		ช่วยในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/ บริการ ให้ได้มาตรฐาน	วัสดุอุปกรณ์ที่ขาดแคลน	ที่สะดวก รวดเร็ว ลดระยะเวลาในการ ขนส่ง	การสนับสนุนในการทำ ธุรกิจ	เทคโนโลยีนวัตกรรมใน ด้านผลิตภัณฑ์ บริการ	อิเล็กทรอนิกส์	เทคโนโลยี นำระบบ ดิจิทัลเข้ามาช่วยใน ธุรกิจ	ที่ทันสมัย ขนส่งได้ทั้ง ภายใน/นอกประเทศ	การขาย บัญชีสำเร็จรูป	คลังสินค้า การบริหาร สินค้าคงคลัง	
ภาพรวม	จำนวน	107	96	63	61	59	57	46	37	37	24	19
	ร้อยละ	35.91	32.21	21.14	20.47	19.80	19.13	15.44	12.42	12.42	8.05	6.38
Micro	จำนวน	67	59	33	33	34	25	23	21	15	9	13
	ร้อยละ	38.29	33.71	18.86	18.86	19.43	14.29	13.14	12.00	8.57	5.14	7.43
Small	จำนวน	40	37	30	28	25	32	23	16	22	15	6
	ร้อยละ	32.52	30.08	24.39	22.76	20.33	26.02	18.70	13.01	17.89	12.20	4.88
รายจังหวัด												
กรุงเทพฯ	จำนวน	57	60	31	23	28	19	8	6	9	10	5
	ร้อยละ	41.30	43.48	22.46	16.67	20.29	13.77	5.80	4.35	6.52	7.25	3.62
เชียงใหม่	จำนวน	27	12	17	17	16	28	32	16	18	7	13
	ร้อยละ	33.75	15.00	21.25	21.25	20.00	35.00	40.00	20.00	22.50	8.75	16.25
ขอนแก่น	จำนวน	8	11	1	8	3	4	3	1	2	0	0
	ร้อยละ	27.59	37.93	3.45	27.59	10.34	13.79	10.34	3.45	6.90	0.00	0.00
สงขลา	จำนวน	1	2	4	1	0	0	0	7	1	5	0
	ร้อยละ	8.33	16.67	33.33	8.33	0.00	0.00	0.00	58.33	8.33	41.67	0.00
ชลบุรี	จำนวน	14	11	10	12	12	6	3	7	7	2	1
	ร้อยละ	35.90	28.21	25.64	30.77	30.77	15.38	7.69	17.95	17.95	5.13	2.56

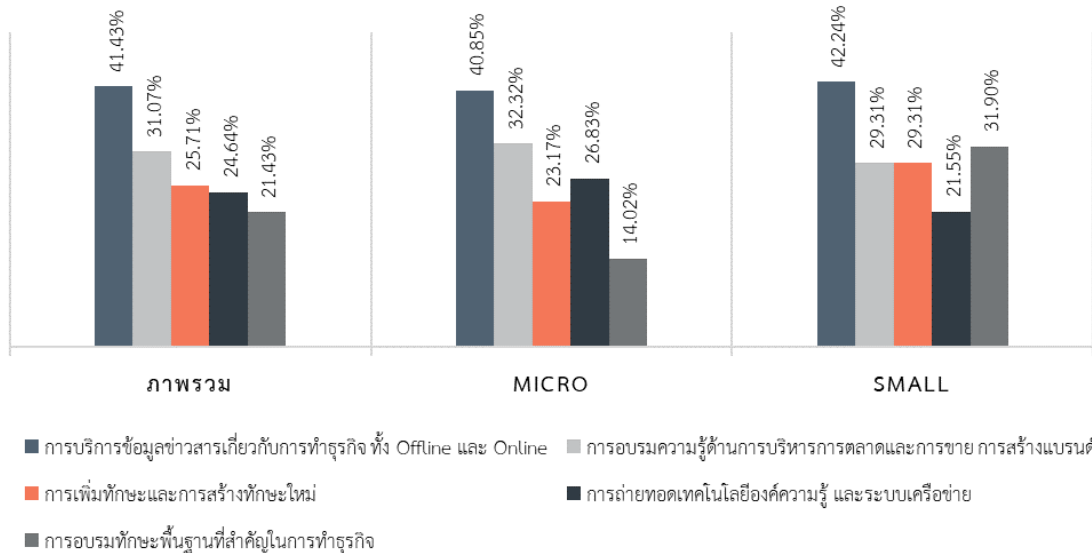
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 175 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 123 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 298 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.2.4 ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้

ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้ มีผู้ตอบจำนวน 280 ตัวอย่าง¹⁰ จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง ในภาพรวมต้องการความช่วยเหลือเรื่องการบริหารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online มากที่สุด จำนวน 116 ตัวอย่าง (ร้อยละ 41.43) รองลงมา คือ การอบรมความรู้ด้านการบริหาร การตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์ จำนวน 87 ตัวอย่าง (ร้อยละ 31.07)

หากพิจารณาตามขนาดกิจการ พบว่ามีความแตกต่างกัน คือ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการบริหารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ มากที่สุด รองลงมา คือ การอบรมความรู้ด้านการตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์ *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการบริหารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ มากที่สุด รองลงมา คือ การอบรมทักษะพื้นฐานที่สำคัญในการทำธุรกิจ ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกับอันดับรองลงมา

ภาพที่ 5.28: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้



หมายเหตุ: 1.วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 164 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 116 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 280 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ความช่วยเหลือของภาพรวม 5 อันดับแรก จากทั้งหมด 8 ข้อ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ และชลบุรี ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการบริหารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ มากที่สุด เชียงใหม่ ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการอบรมความรู้การตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์มากที่สุด ขอนแก่น ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการเพิ่มทักษะ การวางแผนการผลิต การควบคุมมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด และสงขลา ต้องการความช่วยเหลือเรื่องการเพิ่มทักษะและการสร้างทักษะใหม่ เรื่องการถ่ายทอดเทคโนโลยีองค์ความรู้และระบบเครือข่าย และเรื่องการเพิ่มทักษะด้านการวางแผนการผลิต การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ มากที่สุดในสัดส่วนที่เท่ากัน

¹⁰ คิดเป็นร้อยละ 20.69 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.14: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้

จังหวัด/ขนาดกิจการ		การบริหารข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online	การอบรมความรู้ด้านการ บริหารการตลาดและ การขาย การสร้างแบรนด์	การเพิ่มทักษะและการ สร้างทักษะใหม่	การถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ และระบบ เครือข่าย	การอบรมทักษะพื้นฐาน ที่สำคัญในการทำธุรกิจ	การเพิ่มทักษะด้านการวาง แผนการผลิต การควบคุม มาตรฐานและคุณภาพ ผลิตภัณฑ์และบริการ	การฝึกอบรมพัฒนาทักษะ ของพนักงาน ผ่านศูนย์เพาะบ่ม	ความรู้ในการจัดการ ทรัพยากร
ภาพรวม	จำนวน	116	87	72	69	60	58	36	22
	ร้อยละ	41.43	31.07	25.71	24.64	21.43	20.71	12.86	7.86
Micro	จำนวน	67	53	38	44	23	30	19	14
	ร้อยละ	40.85	32.32	23.17	26.83	14.02	18.29	11.59	8.54
Small	จำนวน	49	34	34	25	37	28	17	8
	ร้อยละ	42.24	29.31	29.31	21.55	31.90	24.14	14.66	6.90
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	52	30	32	19	12	18	7	1
	ร้อยละ	44.07	25.42	27.12	16.10	10.17	15.25	5.93	0.85
เชียงใหม่	จำนวน	29	41	21	33	30	18	15	17
	ร้อยละ	34.12	48.24	24.71	38.82	35.29	21.18	17.65	20.00
ขอนแก่น	จำนวน	3	7	8	9	1	13	8	2
	ร้อยละ	11.11	25.93	29.63	33.33	3.70	48.15	29.63	7.41
สงขลา	จำนวน	1	0	3	3	1	3	0	0
	ร้อยละ	11.11	0.00	33.33	33.33	11.11	33.33	0.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	31	9	8	5	16	6	6	2
	ร้อยละ	75.61	21.95	19.51	12.20	39.02	14.63	14.63	4.88

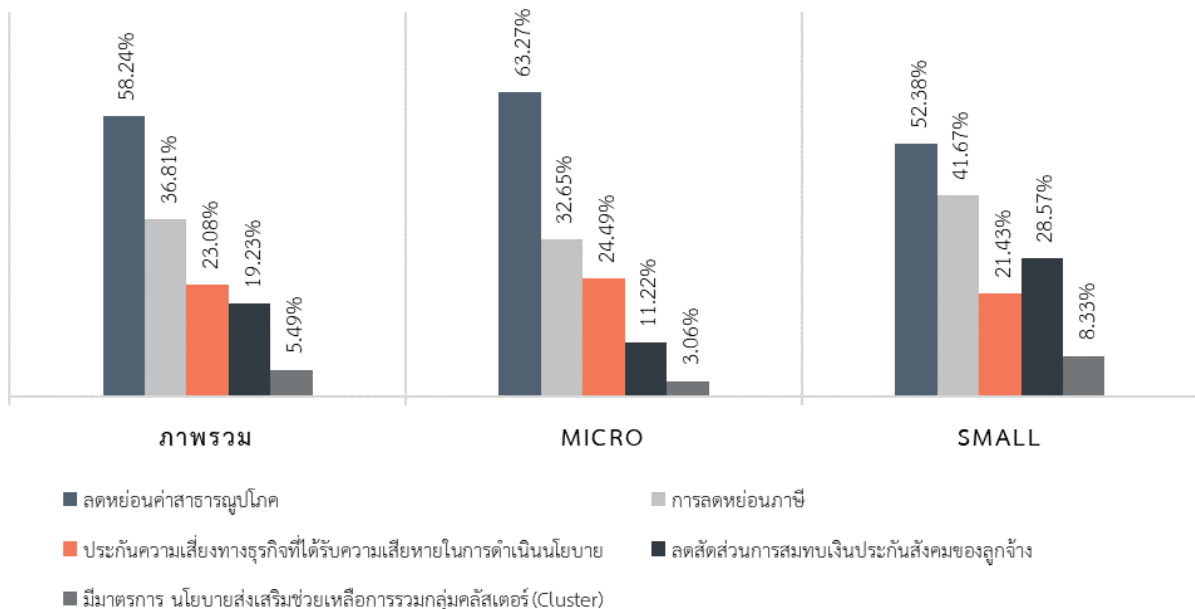
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 164 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 116 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 280 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.2.5 ด้านกฎระเบียบ

ด้านกฎระเบียบเป็นด้านที่ต้องการความช่วยเหลือน้อยที่สุด มีผู้ตอบจำนวน 182 ตัวอย่าง¹¹ จากทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง โดยในภาพรวม พบว่ากิจการต้องการความช่วยเหลือในเรื่องการลดหย่อนค่าสาธารณูปโภคมากที่สุด จำนวน 106 ตัวอย่าง (ร้อยละ 58.24) รองลงมา คือ เรื่องการลดหย่อนภาษี จำนวน 67 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.81)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ต้องการความช่วยเหลือในลักษณะใกล้เคียงกันกับภาพรวม คือ การลดหย่อนค่าสาธารณูปโภคมากที่สุด รองลงมา คือ การลดหย่อนภาษี แต่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีสัดส่วนความต้องการให้ลดสัดส่วนการสมทบเงินประกันสังคมของลูกค้าสูงกว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) ทั้งนี้ เนื่องจากมีการจ้างงานมากกว่า

ภาพที่ 5.29: สัดส่วนความต้องการความช่วยเหลือ ด้านกฎระเบียบ



หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 98 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 84 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 182 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2. ความช่วยเหลือของภาพรวม 5 อันดับแรก จากทั้งหมด 8 ข้อ

ที่มา: มุลินธิ สวก.

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ ต้องการความช่วยเหลือด้านการลดหย่อนค่าสาธารณูปโภคมากที่สุด เชียงใหม่ และชลบุรี ต้องการความช่วยเหลือด้านการลดหย่อนภาษีมากที่สุด ขอนแก่น ต้องการความช่วยเหลือด้านการประกันความเสี่ยงทางธุรกิจมากที่สุด และสงขลา ต้องการความช่วยเหลือด้านการลดหย่อนภาษี และมีมาตรการส่งเสริมการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) ของธุรกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำในสัดส่วนที่เท่ากัน ทั้งนี้ เห็นได้ว่าความต้องการความช่วยเหลือในด้านกฎระเบียบส่วนใหญ่ มีความต้องการให้ปรับกฎหมาย/กฎระเบียบในเรื่องการลดหย่อนทั้งค่าสาธารณูปโภค ภาษี และการสมทบเงินประกันสังคม เพื่อเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายให้กับกิจการ

¹¹ คิดเป็นร้อยละ 13.62 จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 5.15: ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ ด้านกฎระเบียบ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ลดหย่อนค่า สาธารณูปโภค	การลดหย่อนภาษี	มีการประกันความเสี่ยง ทางธุรกิจที่ได้รับความ เสียหายในการดำเนิน นโยบาย	ลดสัดส่วนการสมทบเงิน ประกันสังคมของลูกจ้าง	มีมาตรการ นโยบาย ส่งเสริมช่วยเหลือการ รวมกลุ่ม Cluster ของธุรกิจ	ปรับปรุงกฎระเบียบ ลดข้อจำกัด ให้เอื้อต่อ การทำธุรกิจมากขึ้น	ปรับปรุงระบบภาษี นำเข้า-ส่งออก	ปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อ ลดขั้นตอน ลดระยะเวลา และลดความซ้ำซ้อนใน การทำธุรกิจ
ภาพรวม	จำนวน	106	67	42	35	10	8	7	5
	ร้อยละ	58.24	36.81	23.08	19.23	5.49	4.40	3.85	2.75
Micro	จำนวน	62	32	24	11	3	5	2	0
	ร้อยละ	63.27	32.65	24.49	11.22	3.06	5.10	2.04	0.00
Small	จำนวน	44	35	18	24	7	3	5	5
	ร้อยละ	52.38	41.67	21.43	28.57	8.33	3.57	5.95	5.95
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	67	17	12	19	3	2	2	1
	ร้อยละ	72.04	18.28	12.90	20.43	3.23	2.15	2.15	1.08
เชียงใหม่	จำนวน	23	31	13	8	5	4	4	4
	ร้อยละ	51.11	68.89	28.89	17.78	11.11	8.89	8.89	8.89
ขอนแก่น	จำนวน	1	2	11	3	1	0	0	0
	ร้อยละ	6.67	13.33	73.33	20.00	6.67	0.00	0.00	0.00
สงขลา	จำนวน	0	1	0	0	1	0	0	0
	ร้อยละ	0.00	50.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	15	16	6	5	0	2	1	0
	ร้อยละ	55.56	59.26	22.22	18.52	0.00	7.41	3.70	0.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 98 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 84 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 182 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.2.6 ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ แบ่งตามช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาความต้องการความช่วยเหลือในภาพรวม แบ่งตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี ช่วงอายุ 21-30 ปี และช่วงอายุ 31-40 ปี ต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาดมากที่สุด ในขณะที่ช่วงอายุ 41-50 ปี ช่วงอายุ 51-60 ปี และช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ต้องการความช่วยเหลือด้านการเงินมากที่สุด ทั้งนี้ จากผลการสำรวจสังเกตได้ว่าในทุกช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ต้องการความช่วยเหลือในอันดับที่ 1 และ 2 มีเพียง 2 ด้านเท่านั้น คือ ด้านการเงินและด้านการตลาด

ตารางที่ 5.16: ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง		ด้าน การเงิน	ด้าน การตลาด	ด้านปัจจัย สนับสนุน	ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	ด้าน กฎระเบียบ	รวม จำนวน
น้อยกว่า 20 ปี	จำนวน	9	10	2	1	0	22
	ร้อยละ	40.91	45.45	9.09	4.55	0.00	100.00
21-30 ปี	จำนวน	128	141	63	49	40	421
	ร้อยละ	30.40	33.49	14.96	11.64	9.50	100.00
31-40 ปี	จำนวน	262	266	95	95	62	780
	ร้อยละ	33.59	34.10	12.18	12.18	7.95	100.00
41-50 ปี	จำนวน	268	256	83	72	44	723
	ร้อยละ	37.07	35.41	11.48	9.96	6.09	100.00
51-60 ปี	จำนวน	158	146	36	43	23	406
	ร้อยละ	38.92	35.96	8.87	10.59	5.67	100.00
มากกว่า 60 ปี	จำนวน	61	58	19	20	13	171
	ร้อยละ	35.67	33.92	11.11	11.70	7.60	100.00
รวมจำนวน		886	877	298	280	182	2,523

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ หากพิจารณาด้านปัจจัยสนับสนุน และทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ พบว่า ช่วงอายุ 31-40 เป็นช่วงอายุที่ต้องการความช่วยเหลือทั้ง 2 ด้านนี้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงอายุอื่น ๆ แสดงถึงช่วงอายุนี้เห็นความสำคัญถึงปัจจัยสนับสนุนอื่น ๆ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยองค์ความรู้

5.3.2.7 ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ แบ่งตามช่วงอายุของกิจการ

เมื่อพิจารณาความต้องการความช่วยเหลือในภาพรวม แบ่งตามช่วงอายุของกิจการ พบว่าอายุกิจการน้อยกว่า 5 ปี อายุกิจการ 5-10 ปี และอายุกิจการ 11-20 ปี ต้องการความช่วยเหลือทางการเงินมากที่สุด และช่วงอายุกิจการ 21-30 ปี และมากกว่า 30 ปี ต้องการความช่วยเหลือทางการตลาดมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม สัดส่วนของด้านการเงิน และด้านการตลาดในแต่ละช่วงอายุมีความใกล้เคียงกันมาก แสดงว่าในทุกช่วงอายุกิจการให้ความสำคัญทั้ง 2 ด้านเท่า ๆ กัน

ตารางที่ 5.17: ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงอายุของกิจการ

ช่วงอายุของกิจการ		ด้าน การเงิน	ด้าน การตลาด	ด้านปัจจัย สนับสนุน	ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	ด้าน กฎระเบียบ	รวม
							จำนวน
น้อยกว่า 5 ปี	จำนวน	340	328	112	100	67	947
	ร้อยละ	35.90	34.64	11.83	10.56	7.07	100.00
5-10 ปี	จำนวน	334	333	101	96	60	924
	ร้อยละ	36.15	36.04	10.93	10.39	6.49	100.00
11-20 ปี	จำนวน	134	132	49	56	35	406
	ร้อยละ	33.00	32.51	12.07	13.79	8.62	100.00
21-30 ปี	จำนวน	55	57	22	17	13	164
	ร้อยละ	33.54	34.76	13.41	10.37	7.93	100.00
มากกว่า 30 ปี	จำนวน	23	27	14	11	7	82
	ร้อยละ	28.05	32.93	17.07	13.41	8.54	100.00
รวมจำนวน		886	877	298	280	182	2,523

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

5.3.2.8 ความต้องการความช่วยเหลือในการประกอบธุรกิจ แบ่งตามช่วงธุรกิจ

เมื่อพิจารณาความต้องการความช่วยเหลือในภาพรวม แบ่งตามช่วงธุรกิจ พบว่าในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) และช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) ต้องการความช่วยเหลือทางการตลาดมากที่สุด เนื่องจากอยู่ในช่วงที่ธุรกิจมีโอกาสเติบโต จึงให้ความสำคัญกับการมีตลาดเป็นอันดับแรก ส่วนช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) และช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) ต้องการความช่วยเหลือในด้านการเงินมากที่สุด แสดงถึงผู้ประกอบการทั้ง 2 ช่วงธุรกิจนี้ ต้องการการสนับสนุนทางการเงินอย่างเร่งด่วน เนื่องจากกิจการเหล่านี้กำลังประสบภาวะการชะลอตัวของกิจการ ดังตารางที่ 5.18

ตารางที่ 5.18: ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามช่วงธุรกิจ

ช่วงธุรกิจ		ด้าน การเงิน	ด้าน การตลาด	ด้านปัจจัย สนับสนุน	ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	ด้าน กฎระเบียบ	รวม
1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	จำนวน	159	190	55	66	33	503
	ร้อยละ	31.61	37.77	10.93	13.12	6.56	100.00
2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	จำนวน	67	94	32	37	35	265
	ร้อยละ	25.28	35.47	12.08	13.96	13.21	100.00
3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)	จำนวน	321	302	107	100	66	896
	ร้อยละ	35.83	33.71	11.94	11.16	7.37	100.00
4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	จำนวน	339	291	104	77	48	859
	ร้อยละ	39.46	33.88	12.11	8.96	5.59	100.00
รวม		886	877	298	280	182	2,523

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ.
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ตารางที่ 5.19: ความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
ด้านการเงิน	จำนวน	128	31	45	22	224	97	249	90	886
	ร้อยละ	32.57	28.18	32.61	17.32	37.52	32.44	43.99	30.72	
ด้านการตลาด	จำนวน	155	35	55	39	212	90	189	102	877
	ร้อยละ	39.44	31.82	39.86	30.71	35.51	30.10	33.39	34.81	
ด้านปัจจัยสนับสนุน	จำนวน	40	15	13	19	62	45	60	44	298
	ร้อยละ	10.18	13.64	9.42	14.96	10.39	15.05	10.60	15.02	
ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	จำนวน	47	19	14	23	58	42	45	32	280
	ร้อยละ	11.96	17.27	10.14	18.11	9.72	14.05	7.95	10.92	
ด้านกฎระเบียบ	จำนวน	23	10	11	24	41	25	23	25	182
	ร้อยละ	5.85	9.09	7.97	18.90	6.87	8.36	4.06	8.53	
รวม	จำนวน	393	110	138	127	597	299	566	293	2,523
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

ทั้งนี้ หากพิจารณาผลการสำรวจด้านความต้องการความช่วยเหลือ แบ่งตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ ในตารางที่ 5.19 พบว่าวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) และช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) มีความต้องการความช่วยเหลือด้านการตลาดมากที่สุดเหมือนกัน และมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันทั้ง 2 ขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ ส่วนวิสาหกิจรายย่อย (Micro) ในช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) และช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) มีความต้องการความช่วยเหลือด้านการเงินมากที่สุดเหมือนกัน ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) ต้องการความช่วยเหลือทางด้านการตลาดมากที่สุด และมีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่าผู้ประกอบการในช่วงธุรกิจทั้ง 2 ช่วงนี้ ต้องการความช่วยเหลือด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้มากกว่าช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity) และช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)

เมื่อทำการจำแนกผลการสำรวจแต่ละด้านเป็นความต้องการความช่วยเหลือรายประเด็น พบว่าในภาพรวมของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ และด้านกฎระเบียบ มีความต้องการความช่วยเหลืออันดับแรกในเรื่องเดียวกัน ยกเว้นด้านปัจจัยสนับสนุนที่มีความแตกต่างกันเล็กน้อยในช่วงธุรกิจ คือ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) ทุกช่วงธุรกิจต้องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐานมากที่สุด ยกเว้นช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) ต้องการระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัยขนส่งได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ติดตามสถานะได้ทุกเวลามากที่สุด ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงธุรกิจ อาทิ ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) เส้นทางคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว ลดระยะเวลาในการขนส่งมากที่สุด ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) และช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) ต้องการมีระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่สะดวกมากที่สุด และช่วงธุรกิจอิมมัตู (Maturity) ต้องการมีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลนมากที่สุด รายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.20: ความต้องการความช่วยเหลือจำแนกรายด้าน แบ่งตามขนาดกิจการในแต่ละช่วงธุรกิจ

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิมมัตู (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
การเงิน										
1. แหล่งเงินทุน/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ	จำนวน	82	18	31	15	123	52	171	64	556
	ร้อยละ	28.28	24.66	37.35	30.61	25.68	25.12	27.23	26.89	
2. การพักชำระหนี้และดอกเบี้ย/ขยายเวลาการชำระหนี้	จำนวน	33	10	12	6	63	31	102	36	293
	ร้อยละ	11.38	13.70	14.46	12.24	13.15	14.98	16.24	15.13	
3. สินเชื่อเงินกู้ระยะยาว	จำนวน	46	18	14	10	65	26	96	43	318
	ร้อยละ	15.86	24.66	16.87	20.41	13.57	12.56	15.29	18.07	
4. สินเชื่อที่ไม่มีหลักค้ำประกัน	จำนวน	66	11	17	3	103	38	124	39	401
	ร้อยละ	22.76	15.07	20.48	6.12	21.50	18.36	19.75	16.39	
5. จ่ายเงินอุดหนุนแก่นายจ้าง	จำนวน	42	9	5	8	93	37	93	33	320
	ร้อยละ	14.48	12.33	6.02	16.33	19.42	17.87	14.81	13.87	
6. มีหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านการเงิน เพื่อเข้ามาช่วยฟื้นฟูกิจการ แก้ไขปัญหาการเงินโดยเฉพาะ	จำนวน	13	4	2	6	27	19	31	14	116
	ร้อยละ	4.48	5.48	2.41	12.24	5.64	9.18	4.94	5.88	

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
7. มีแหล่งเงินทุนจากนักลงทุนที่นำเงินมาร่วมลงทุน	จำนวน	3	2	1	1	2	1	4	4	18
	ร้อยละ	1.03	2.74	1.20	2.04	0.42	0.48	0.64	1.68	
8. มีแหล่งเงินทุนจากกองทุนร่วมลงทุน	จำนวน	5	1	1	0	3	3	7	5	25
	ร้อยละ	1.72	1.37	1.20	0.00	0.63	1.45	1.11	2.10	
รวม	จำนวน	290	73	83	49	479	207	628	238	2047
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
การตลาด										
1. เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online	จำนวน	99	23	31	27	98	50	95	55	478
	ร้อยละ	29.29	27.38	32.29	30.68	28.49	29.94	27.22	29.73	
2. ทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business	จำนวน	82	21	19	28	60	37	64	34	345
	ร้อยละ	24.26	25.00	19.79	31.82	17.44	22.16	18.34	18.38	
3. จัดหาตลาด พื้นที่ขายของที่มีศักยภาพ	จำนวน	65	9	26	10	88	21	65	25	309
	ร้อยละ	19.23	10.71	27.08	11.36	25.58	12.57	18.62	13.51	
4. จัดหาตลาดส่งออกในประเทศ	จำนวน	12	6	5	4	7	9	10	2	55
	ร้อยละ	3.55	7.14	5.21	4.55	2.03	5.39	2.87	1.08	
5. การจัดประชุมเครือข่ายธุรกิจและงานแสดง/ขายสินค้า	จำนวน	11	10	0	9	8	4	15	7	64
	ร้อยละ	3.25	11.90	0.00	10.23	2.33	2.40	4.30	3.78	
6. การจับคู่ธุรกิจ Business matching	จำนวน	9	3	1	1	5	4	5	3	31
	ร้อยละ	2.66	3.57	1.04	1.14	1.45	2.40	1.43	1.62	
7. มีหน่วยงานช่วยเหลือประชาชนสัมพันธ์และส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์/บริการเป็นที่รู้จักในช่องทางต่างๆ	จำนวน	29	7	7	5	51	24	60	44	227
	ร้อยละ	8.58	8.33	7.29	5.68	14.83	14.37	17.19	23.78	
8. มีหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านแผนการตลาด	จำนวน	31	5	7	4	27	18	35	15	142
	ร้อยละ	9.17	5.95	7.29	4.55	7.85	10.78	10.03	8.11	
รวม	จำนวน	338	84	96	88	344	167	349	185	1651
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้										
1. การบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online	จำนวน	19	8	7	11	21	16	20	14	116
	ร้อยละ	19.19	17.02	26.92	22.92	25.30	20.78	25.00	23.33	
2. การอบรมทักษะพื้นฐานที่สำคัญการทำธุรกิจ	จำนวน	11	8	1	8	4	11	7	10	60
	ร้อยละ	11.11	17.02	3.85	16.67	4.82	14.29	8.75	16.67	
3. การเพิ่มทักษะและการสร้างทักษะใหม่	จำนวน	15	5	7	9	8	10	8	10	72
	ร้อยละ	15.15	10.64	26.92	18.75	9.64	12.99	10.00	16.67	
4. การอบรมความรู้ด้านการบริหารการตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์	จำนวน	17	10	3	7	18	10	15	7	87
	ร้อยละ	17.17	21.28	11.54	14.58	21.69	12.99	18.75	11.67	
5. การฝึกอบรมพัฒนาทักษะของพนักงานผ่านศูนย์เพาะบ่ม	จำนวน	5	4	2	1	7	6	5	6	36
	ร้อยละ	5.05	8.51	7.69	2.08	8.43	7.79	6.25	10.00	
6. การถ่ายทอดเทคโนโลยีองค์ความรู้ และระบบเครือข่าย	จำนวน	13	5	5	6	11	9	15	5	69
	ร้อยละ	13.13	10.64	19.23	12.50	13.25	11.69	18.75	8.33	
7. การเพิ่มทักษะด้านการวางแผนการผลิต การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ	จำนวน	12	4	1	5	13	14	4	5	58
	ร้อยละ	12.12	8.51	3.85	10.42	15.66	18.18	5.00	8.33	
8. ความรู้ในการจัดการทรัพยากร	จำนวน	7	3	0	1	1	1	6	3	22
	ร้อยละ	7.07	6.38	0.00	2.08	1.20	1.30	7.50	5.00	
รวม	จำนวน	99	47	26	48	83	77	80	60	520
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
ปัจจัยสนับสนุน										
1. มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาดูแลที่ขาดแคลน	จำนวน	9	3	2	4	24	17	24	13	96
	ร้อยละ	11.11	8.57	9.09	9.76	24.74	18.09	18.18	12.50	
2. มีศูนย์ให้บริการเทคโนโลยีนวัตกรรมในด้านผลิตภัณฑ์ บริการ	จำนวน	7	4	1	2	12	9	14	10	59
	ร้อยละ	8.64	11.43	4.55	4.88	12.37	9.57	10.61	9.62	

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิ่มตัว (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
3. มีหน่วยงานวิจัยที่ให้การสนับสนุนในการทำธุรกิจ	จำนวน	9	4	3	1	4	14	17	9	61
	ร้อยละ	11.11	11.43	13.64	2.44	4.12	14.89	12.88	8.65	
4. การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/ บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐาน	จำนวน	13	4	3	8	24	13	27	15	107
	ร้อยละ	16.05	11.43	13.64	19.51	24.74	13.83	20.45	14.42	
5. มี Co-working space	จำนวน	4	1	0	0	3	2	6	3	19
	ร้อยละ	4.94	2.86	0.00	0.00	3.09	2.13	4.55	2.88	
6. การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี นำระบบดิจิทัล เข้ามาช่วยในธุรกิจ	จำนวน	9	4	1	2	6	4	7	13	46
	ร้อยละ	11.11	11.43	4.55	4.88	6.19	4.26	5.30	12.50	
7. มีระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	8	3	2	8	4	5	11	16	57
	ร้อยละ	9.88	8.57	9.09	19.51	4.12	5.32	8.33	15.38	
8. มีระบบการจัดการคลังสินค้า การบริหารสินค้า คงคลัง	จำนวน	2	1	2	3	3	6	2	5	24
	ร้อยละ	2.47	2.86	9.09	7.32	3.09	6.38	1.52	4.81	
9. มีโปรแกรมจัดการธุรกิจ การขาย บัญชีสำเร็จรูป	จำนวน	4	3	2	5	3	9	6	5	37
	ร้อยละ	4.94	8.57	9.09	12.20	3.09	9.57	4.55	4.81	
10. มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว ลดระยะเวลาในการขนส่ง	จำนวน	9	5	2	5	11	11	11	9	63
	ร้อยละ	11.11	14.29	9.09	12.20	11.34	11.70	8.33	8.65	
11. มีระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ที่ทันสมัย ขนส่ง ได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ติดตามสถานะได้ ทุกเวลา	จำนวน	7	3	4	3	3	4	7	6	37
	ร้อยละ	8.64	8.57	18.18	7.32	3.09	4.26	5.30	5.77	
รวม	จำนวน	81	35	22	41	97	94	132	104	606
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

ความช่วยเหลือ		1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)		3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)		4. ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)		รวม
		Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	Micro	Small	
กฎระเบียบ										
1. ปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อลดขั้นตอน ลดระยะเวลา และลดความซับซ้อนในการทำธุรกิจ	จำนวน	0	1	0	1	0	0	0	3	5
	ร้อยละ	0.00	6.67	0.00	2.56	0.00	0.00	0.00	6.98	
2. ปรับปรุงกฎระเบียบ ลดข้อจำกัด ให้เอื้อต่อการทำธุรกิจมากขึ้น	จำนวน	1	0	1	1	0	0	3	2	8
	ร้อยละ	2.70	0.00	6.67	2.56	0.00	0.00	8.33	4.65	
3. ปรับปรุงระบบภาษี นำเข้า-ส่งออก	จำนวน	1	0	1	1	0	1	0	3	7
	ร้อยละ	2.70	0.00	6.67	2.56	0.00	2.27	0.00	6.98	
4. ลดสัดส่วนการสมทบเงินประกันสังคมของลูกค้า	จำนวน	6	2	0	8	3	9	2	5	35
	ร้อยละ	16.22	13.33	0.00	20.51	5.88	20.45	5.56	11.63	
5. ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค	จำนวน	13	4	7	17	28	14	14	9	106
	ร้อยละ	35.14	26.67	46.67	43.59	54.90	31.82	38.89	20.93	
6. การลดหย่อนภาษี	จำนวน	6	2	2	6	14	14	10	13	67
	ร้อยละ	16.22	13.33	13.33	15.38	27.45	31.82	27.78	30.23	
7. มีมาตรการนโยบายส่งเสริมช่วยเหลือการรวมกลุ่ม Cluster ของธุรกิจ	จำนวน	2	3	0	1	0	1	1	2	10
	ร้อยละ	5.41	20.00	0.00	2.56	0.00	2.27	2.78	4.65	
8. มีการประกันความเสี่ยงทางธุรกิจที่ได้รับความเสียหายในการดำเนินนโยบาย	จำนวน	8	3	4	4	6	5	6	6	42
	ร้อยละ	21.62	20.00	26.67	10.26	11.76	11.36	16.67	13.95	
รวม	จำนวน	37	15	15	39	51	44	36	43	280
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

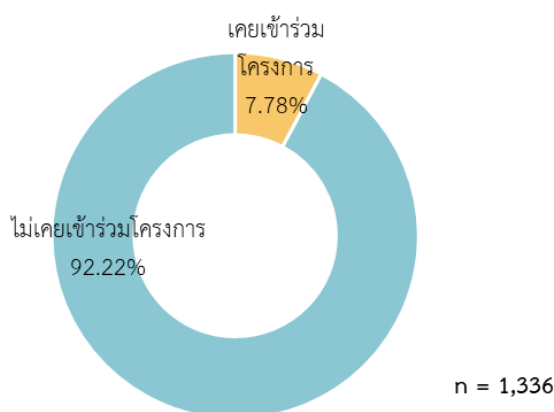
5.4 ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการรับบริการ

5.4.1 การเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ

ในภาพรวมมีผู้ประกอบการเพียง 104 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.78) เท่านั้น ที่เคยเข้าโครงการของภาครัฐ เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* เคยเข้าร่วมโครงการ จำนวน 69 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.46) ส่วน *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* เคยเข้าร่วมโครงการ จำนวน 35 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.52) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ทั้งนี้ เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่า *ขอนแก่น* เคยเข้าร่วมโครงการมากที่สุด รองลงมา คือ *สงขลา ชลบุรี เชียงใหม่* ตามลำดับ และ *กรุงเทพฯ* เคยเข้าร่วมโครงการน้อยที่สุด

ภาพที่ 5.30: การเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

สำหรับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการ ร้อยละ 7.78 เคยเข้าร่วมโครงการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุดจำนวน 64 ตัวอย่าง (ร้อยละ 61.54) รองลงมา คือ โครงการด้านการตลาด จำนวน 18 คน (ร้อยละ 17.31)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* เคยเข้าร่วมโครงการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด จำนวน 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 65.22) รองลงมา คือ โครงการด้านมาตรฐานสินค้า จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.04) และ *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* เคยเข้าร่วมโครงการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด จำนวน 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 54.29) รองลงมา คือ โครงการด้านการตลาด จำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 34.29)

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด *กรุงเทพฯ* และ *ขอนแก่น* เคยเข้าร่วมโครงการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด *สงขลา* เข้าร่วมโครงการด้านการตลาดมากที่สุด *ชลบุรี* เข้าร่วมโครงการด้านมาตรฐานสินค้ามากที่สุด และ *เชียงใหม่* เข้าร่วมโครงการด้านการตลาด และด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจมากที่สุด

ตารางที่ 5.21: โครงการที่เคยเข้าร่วม จำแนกตามขนาดกิจการและจังหวัด

จังหวัด/ขนาดกิจการ		การสนับสนุนทางการเงิน	การตลาด	การให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจ	มาตรฐานสินค้า	การพัฒนาองค์ความรู้ การเงิน การบริหารธุรกิจ	การพัฒนาประสิทธิภาพและมาตรฐานการประกอบธุรกิจ	การพัฒนาผลิตภาพแรงงาน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ
ภาพรวม	จำนวน	64	18	16	13	7	4	2	2
	ร้อยละ	61.54	17.31	15.38	12.50	6.73	3.85	1.92	1.92
Micro	จำนวน	45	6	8	9	3	2	2	1
	ร้อยละ	65.22	8.70	11.59	13.04	4.35	2.90	2.90	1.45
Small	จำนวน	19	12	8	4	4	2	0	1
	ร้อยละ	54.29	34.29	22.86	11.43	11.43	5.71	0.00	2.86
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	14	4	5	1	2	1	2	0
	ร้อยละ	58.33	16.67	20.83	4.17	8.33	4.17	8.33	0.00
เชียงใหม่	จำนวน	0	4	4	2	1	0	0	2
	ร้อยละ	0.00	44.44	44.44	22.22	11.11	0.00	0.00	22.22
ขอนแก่น	จำนวน	48	4	5	1	3	1	0	0
	ร้อยละ	88.89	7.41	9.26	1.85	5.56	1.85	0.00	0.00
สงขลา	จำนวน	2	4	1	1	0	1	0	0
	ร้อยละ	22.22	44.44	11.11	11.11	0.00	11.11	0.00	0.00
ชลบุรี	จำนวน	0	2	1	8	1	1	0	0
	ร้อยละ	0.00	25.00	12.50	100.00	12.50	12.50	0.00	0.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 69 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 35 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 104 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มูลนิธิ สวค.

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้าโครงการของภาครัฐ มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 4.00 เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) กลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้าโครงการของภาครัฐ มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.83 วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.34

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าสงขลา มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ขอนแก่น ชลบุรี กรุงเทพฯ ตามลำดับ และเชียงใหม่ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 5.22: ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ จำแนกตามขนาดกิจการและจังหวัด

จังหวัด/ขนาดกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ภาพรวม	4.00	มาก
Micro	3.83	มาก
Small	4.34	มากที่สุด
รายจังหวัด		
กรุงเทพฯ	3.79	มาก
เชียงใหม่	3.33	ปานกลาง
ขอนแก่น	4.19	มาก
สงขลา	4.22	มากที่สุด
ชลบุรี	3.88	มาก

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

สำหรับสาเหตุที่ผู้ประกอบการ จำนวน 1,232 ตัวอย่าง ไม่เคยเข้าร่วมโครงการของภาครัฐ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามีการจัดโครงการมากที่สุด จำนวน 861 ตัวอย่าง (ร้อยละ 69.89) รองลงมา คือ ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา จำนวน 240 ตัวอย่าง (ร้อยละ 19.48) เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ วิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) มีลักษณะเหมือนกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าโครงการของภาครัฐ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามีการจัดโครงการ รองลงมา คือ ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่ากรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามีการจัดโครงการมากที่สุด ส่วนชลบุรี ให้เหตุผลว่าไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลามากที่สุด

ตารางที่ 5.23: สาเหตุที่ไม่เคยเข้าร่วมโครงการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ไม่ทราบว่ามีการจัดโครงการ	ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา	ไม่ตรงความต้องการ	ไม่สะดวกเรื่องการเดินทาง	สมัครเข้าร่วมแต่ไม่ผ่านการคัดเลือก
ภาพรวม						
ภาพรวม	จำนวน	861	240	151	66	17
	ร้อยละ	69.89	19.48	12.26	5.36	1.38
Micro	จำนวน	610	156	95	38	16
	ร้อยละ	71.26	18.22	11.10	4.44	1.87
Small	จำนวน	251	84	56	28	1
	ร้อยละ	66.76	22.34	14.89	7.45	0.27
รายจังหวัด						
กรุงเทพฯ	จำนวน	553	102	66	26	5
	ร้อยละ	79.91	14.74	9.54	3.76	0.72
เชียงใหม่	จำนวน	160	32	2	6	0
	ร้อยละ	83.77	16.75	1.05	3.14	0.00
ขอนแก่น	จำนวน	37	8	34	10	8
	ร้อยละ	38.54	8.33	35.42	10.42	8.33
สงขลา	จำนวน	56	32	23	8	2
	ร้อยละ	50.45	28.83	20.72	7.21	1.80
ชลบุรี	จำนวน	55	66	26	16	2
	ร้อยละ	38.73	46.48	18.31	11.27	1.41

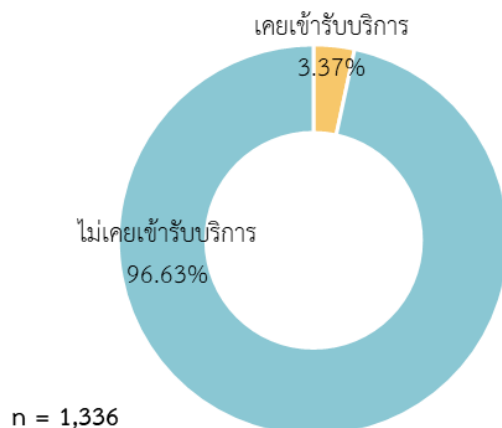
หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 856 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 376 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 1,232 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.4.2 การเข้ารับบริการจากภาครัฐ

ในภาพรวมมีผู้ประกอบการเพียง 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.37) เท่านั้น ที่เคยเข้ารับบริการจากภาครัฐ และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* เคยเข้ารับบริการ จำนวน 21 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.27) และ *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* เคยเข้ารับบริการ จำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.84)

ทั้งนี้ เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่า *ขอนแก่น* เคยเข้ารับบริการมากที่สุด รองลงมา คือ *กรุงเทพฯ* *สงขลา* *เชียงใหม่* ตามลำดับ และ *ชลบุรี* ไม่เคยเข้ารับบริการเลย

ภาพที่ 5.31: การเข้ารับบริการจากภาครัฐ



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

สำหรับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการ จำนวน 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.37) เคยเข้ารับบริการด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจมากที่สุด จำนวน 16 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.56) รองลงมา คือ บริการด้านการสนับสนุนทางการเงิน การพัฒนาผลิตภาพแรงงาน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ การออกแบบในสัดส่วนเท่า ๆ กัน จำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.89)

เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* เคยเข้ารับบริการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด จำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 33.33) รองลงมา คือ บริการด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจ จำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 23.81) ส่วน *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* เคยเข้ารับบริการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ การออกแบบมากที่สุด จำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 50.00) รองลงมา คือ บริการด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจ จำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 45.83)

ทั้งนี้ เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่า *กรุงเทพฯ* เคยเข้ารับบริการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด *ขอนแก่น* เข้ารับบริการด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจมากที่สุด ส่วน *เชียงใหม่* มีผู้เข้ารับบริการเพียง 1 ตัวอย่าง และเข้ารับทุกบริการในทุกข้อ จึงมีสัดส่วนร้อยละ 100 เท่ากันทุกด้าน และ *สงขลา* เข้ารับบริการการสนับสนุนทางการเงิน การพัฒนาองค์ความรู้ การเงิน การบริหารธุรกิจ และการพัฒนาประสิทธิภาพและมาตรฐานการประกอบธุรกิจเท่ากัน เนื่องจากมีผู้เข้ารับบริการเพียง 2 ตัวอย่าง และเข้ารับบริการทั้งหมด 3 ข้อ จึงมีสัดส่วนร้อยละ 50 เท่ากันทั้ง 3 ข้อ

ตารางที่ 5.24: โครงการที่เคยเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		การให้ความรู้ เพื่อการพัฒนา ธุรกิจ	การสนับสนุน ทางการเงิน	การพัฒนาผลิต ภาพแรงงาน	การพัฒนา ผลิตภัณฑ์/ บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ	การพัฒนาองค์ ความรู้ การเงิน การบริหารธุรกิจ	มาตรฐานสินค้า	การตลาด	การพัฒนา ประสิทธิภาพและ มาตรฐาน การประกอบธุรกิจ
ภาพรวม	จำนวน	16	13	13	13	8	3	4	6
	ร้อยละ	35.56	28.89	28.89	28.89	17.78	6.67	8.89	13.33
Micro	จำนวน	5	7	4	1	2	1	0	2
	ร้อยละ	23.81	33.33	19.05	4.76	9.52	4.76	0.00	9.52
Small	จำนวน	11	6	9	12	6	2	4	4
	ร้อยละ	45.83	25.00	37.50	50.00	25.00	8.33	16.67	16.67
รายจังหวัด									
กรุงเทพฯ	จำนวน	2	9	2	2	2	0	2	1
	ร้อยละ	15.38	69.23	15.38	15.38	15.38	0.00	15.38	7.69
เชียงใหม่	จำนวน	1	1	1	1	1	1	1	0
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	0.00
ขอนแก่น	จำนวน	13	2	10	10	4	2	1	4
	ร้อยละ	44.83	6.90	34.48	34.48	13.79	6.90	3.45	13.79
สงขลา	จำนวน	0	1	0	0	1	0	0	1
	ร้อยละ	0.00	50.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	50.00
ชลบุรี	จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0
	ร้อยละ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 21 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 24 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 45 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการ พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่เคยรับบริการของภาครัฐ มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.31 เมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* กลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้ารับบริการของภาครัฐ มีความพึงพอใจในการเข้ารับบริการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 4.19 *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* มีความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.42

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าขอนแก่น มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ สงขลา กรุงเทพฯ ตามลำดับ และเชียงใหม่ มีคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 5.25: ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ภาพรวม	4.31	มากที่สุด
Micro	4.19	มาก
Small	4.42	มากที่สุด
รายจังหวัด		
กรุงเทพฯ	3.54	มาก
เชียงใหม่	2.00	น้อย
ขอนแก่น	4.72	มากที่สุด
สงขลา	4.50	มากที่สุด

ที่มา: มุลินธิ สวค.

สำหรับสาเหตุที่ผู้ประกอบการ จำนวน 1,291 ตัวอย่าง ไม่เคยเข้ารับบริการของภาครัฐ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามีโครงการมากที่สุด จำนวน 966 ตัวอย่าง (ร้อยละ 74.83) รองลงมา คือ ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา จำนวน 198 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.34) และเมื่อจำแนกตามขนาดกิจการ *วิสาหกิจรายย่อย (Micro)* และ *วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)* มีลักษณะเหมือนกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้ารับบริการของภาครัฐ ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามีโครงการ รองลงคือไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา

เมื่อจำแนกเป็นรายจังหวัด พบว่าทั้ง 5 จังหวัด คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ สงขลา ขอนแก่น และชลบุรี ให้เหตุผลว่าไม่ทราบว่ามีโครงการมากที่สุด

ตารางที่ 5.26: สาเหตุที่ไม่เคยเข้ารับบริการ จำแนกตามจังหวัดและขนาดกิจการ

จังหวัด/ขนาดกิจการ		ไม่ทราบว่ามี การจัด โครงการ	ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ ไม่สะดวกเรื่อง เวลา	ไม่ตรงความ ต้องการ	ไม่สะดวก เรื่องการ เดินทาง	สาเหตุอื่นๆ
ภาพรวม	จำนวน	966	198	132	82	2
	ร้อยละ	74.83	15.34	10.22	6.35	0.15
Micro	จำนวน	691	125	89	46	2
	ร้อยละ	76.44	13.83	9.85	5.09	0.22
Small	จำนวน	275	73	43	36	0
	ร้อยละ	71.06	18.86	11.11	9.30	0.00
รายจังหวัด						
กรุงเทพฯ	จำนวน	557	109	69	26	1
	ร้อยละ	79.23	15.50	9.82	3.70	0.14
เชียงใหม่	จำนวน	178	19	2	4	0
	ร้อยละ	89.45	9.55	1.01	2.01	0.00
ขอนแก่น	จำนวน	74	4	10	32	1
	ร้อยละ	61.16	3.31	8.26	26.45	0.83
สงขลา	จำนวน	64	30	23	6	0
	ร้อยละ	54.24	25.42	19.49	5.08	0.00
ชลบุรี	จำนวน	93	36	28	14	0
	ร้อยละ	62.00	24.00	18.67	9.33	0.00

หมายเหตุ: วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 904 ตัวอย่าง วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 387 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด
1,291 ตัวอย่าง และผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.5 สรุปผลการสำรวจข้อมูล

การสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 คือ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE 3. ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE และ 4. ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการรับบริการ มีรายละเอียดดังนี้

5.5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

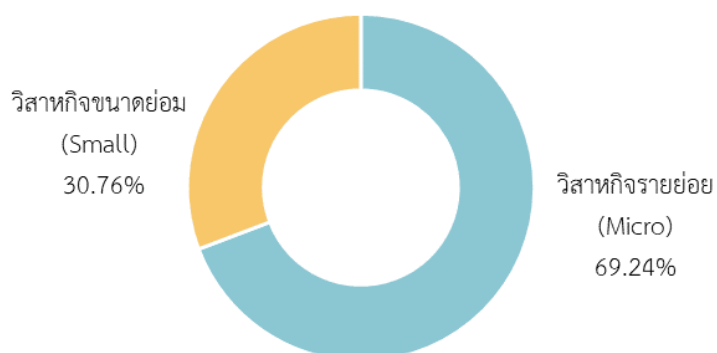
การสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1,336 ตัวอย่าง ในพื้นที่ 5 จังหวัด คือ กรุงเทพฯ จำนวน 716 ตัวอย่าง เชียงใหม่ 200 ตัวอย่าง ขอนแก่น 150 ตัวอย่าง ชลบุรี 150 ตัวอย่าง และสงขลา 120 ตัวอย่าง แบ่งเป็นวิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.27: สรุปจำนวนตัวอย่างในการสำรวจ

ขนาดกิจการ/ จังหวัด	กรุงเทพฯ	เชียงใหม่	ขอนแก่น	ชลบุรี	สงขลา	รวม	
วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	จำนวน	505	135	104	104	77	925
	ร้อยละ	54.59	14.59	11.24	11.24	8.32	100.00
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	จำนวน	211	65	46	46	43	411
	ร้อยละ	51.34	15.82	11.19	11.19	10.46	100.00
รวม	จำนวน	716	200	150	150	120	1,336
	ร้อยละ	53.59	14.97	11.23	11.23	8.98	100.00

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ภาพที่ 5.32: สรุปจำนวนตัวอย่างในการสำรวจ จำแนกตามขนาดกิจการ



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ในภาพรวมช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี จำนวน 397 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.72) รองลงมาอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 391 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.27) โดยอายุกิจการส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วง 5-10 ปี จำนวน 498 ตัวอย่าง (ร้อยละ 37.28) และรองลงมาอายุกิจการน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 492 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.83) ซึ่งอยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ลักษณะที่ตั้งกิจการส่วนใหญ่อยู่เป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ จำนวน 481 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.00) รองลงมาเป็นตลาดนัด/หาบเร่-แผงลอย จำนวน 449 ตัวอย่าง (ร้อยละ 33.61) โดยกิจการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจแบบบุคคลธรรมดา จำนวน 1,074 ตัวอย่าง (ร้อยละ 80.39) รองลงมาเป็นแบบบุคคลธรรมดาจดทะเบียนพาณิชย์ จำนวน 127 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.51)

ด้านการจ้างงาน มีการจ้างงานจำนวน 844 ตัวอย่าง (ร้อยละ 63.17) และเป็นลักษณะเจ้าของคนเดียว ไม่มีการจ้างงาน จำนวน 492 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.83) และด้านเงินทุนมีผู้ประกอบการจำนวน 1,005 ตัวอย่าง (ร้อยละ 75.22) ที่ใช้ทุนส่วนตัวในการประกอบกิจการ และใช้ทุนส่วนตัวร่วมกับกู้ธนาคาร จำนวน 237 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.74)

ตารางที่ 5.28: สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดกิจการ

ผลการสำรวจ	กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ
ช่วงอายุกลุ่มตัวอย่าง*	41 – 50 ปี	281	30.38	31 - 40 ปี	142	34.55
	31 - 40 ปี	255	27.57	41 - 50 ปี	110	26.76
ช่วงอายุกิจการ*	น้อยกว่า 5 ปี	386	41.73	5 - 10 ปี	162	39.42
	5 - 10 ปี	336	36.32	น้อยกว่า 5 ปี	106	25.79
ลักษณะที่ตั้งกิจการ*	ตลาดนัด/หาบเร่-แผงลอย	378	40.86	ตึกแถว/อาคารพาณิชย์	187	45.5
	ตึกแถว/อาคารพาณิชย์	294	31.78	บ้านเดี่ยว/ทาวเฮ้าส์/ทาวน์โฮม/อพาร์ทเมนท์/แฟลต/คอนโดมิเนียม	81	19.71
รูปแบบที่ตั้งกิจการ*	พื้นที่เช่า	612	66.16	พื้นที่เช่า	233	56.69
	พื้นที่ของตนเอง	234	25.30	พื้นที่ของตนเอง	171	41.61
รูปแบบของกิจการ*	บุคคลธรรมดา	821	88.76	บุคคลธรรมดา	253	61.56
	แบบบุคคลธรรมดาจดทะเบียนพาณิชย์	85	9.19	บริษัทจำกัด	69	16.79
การจ้างงาน	ไม่มีการจ้างงาน	441	47.68	ไม่มีการจ้างงาน	51	12.41
	มีการจ้างงาน	484	52.32	มีการจ้างงาน	360	87.59
แหล่งเงินทุน*	ใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมด	746	80.65	ใช้ทุนส่วนตัวทั้งหมด	259	63.02
	ทุนส่วนตัวและกู้ธนาคาร	115	14.43	ทุนส่วนตัวและกู้ธนาคาร	122	29.68

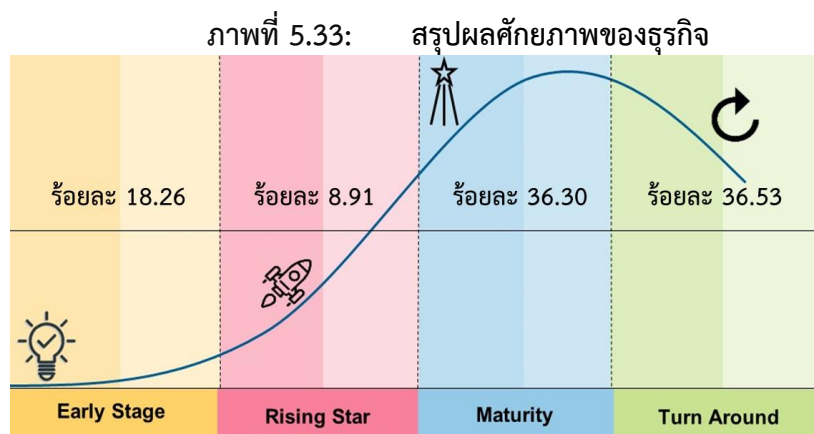
หมายเหตุ: 1. จำนวน 1,336 ตัวอย่าง
2. * คือ 2 อันดับแรกจากผลการสำรวจ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับ MSE

ในภาพรวมกิจการของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในภาคการค้า จำนวน 633 ตัวอย่าง (ร้อยละ 47.38) รองลงมา คือ ภาคการบริการ จำนวน 499 ตัวอย่าง (ร้อยละ 37.35)

ด้านศักยภาพของธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) จำนวน 488 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.53) รองลงมา คือ ช่วงธุรกิจอิมมัตู (Maturity) จำนวน 485 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.30) ซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) จำนวน 244 ตัวอย่าง (ร้อยละ 18.26) และช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star) มีเพียงจำนวน 119 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.91) เท่านั้น



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

เมื่อสอบถามถึงผลกระทบจากผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) พบว่า จำนวน 1,212 (ร้อยละ 91.02) ได้รับผลกระทบ ซึ่งจังหวัดชลบุรีได้รับผลกระทบมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแผนที่จะปรับตัวโดยการดำเนินธุรกิจปกติ แต่มีการปรับเปลี่ยนสินค้า/บริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์มากขึ้น

ตารางที่ 5.29: สรุปข้อมูลเกี่ยวกับ MSE จำแนกตามขนาดขนาดกิจการ

ผลการสำรวจ	กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ
ภาคธุรกิจ*	การค้า	464	50.16	การค้า	169	41.12
	การบริการ	360	38.92	การบริการ	139	33.82
ศักยภาพของธุรกิจ (ช่วงของธุรกิจ)	ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	342	36.97	ช่วงธุรกิจอิมมัตัว (Maturity)	161	39.17
	ช่วงธุรกิจอิมมัตัว (Maturity)	324	35.03	ช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	146	35.52
	ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	193	20.86	ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	53	12.9
	ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	66	7.14	ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)	51	12.41
ผลกระทบจาก Covid-19	ได้รับผลกระทบ	859	92.86	ได้รับผลกระทบ	357	86.86

หมายเหตุ: 1. จำนวน 1,336 ตัวอย่าง
2. * คือ 2 อันดับแรกจากผลการสำรวจ

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.5.3 ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE

ในการสำรวจปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ MSE ได้แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ กฎระเบียบ การตลาด การเงิน ปัจจัยสนับสนุน และทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ โดยสำรวจใน 2 ประเด็นหลัก คือ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ และความต้องการความช่วยเหลือ ซึ่งในมิติเชิงพื้นที่ที่รายจังหวัดและมิติของขนาดกิจการ พบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีแตกต่างกันบ้างเล็กน้อยเท่านั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5.30: สรุปปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ และความต้องการความช่วยเหลือ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ		ความต้องการความช่วยเหลือ	
ด้าน/ปัญหา	ร้อยละ	ด้าน/ความช่วยเหลือ	ร้อยละ
1. ด้านการตลาด	80.69	1. การเงิน	66.32
1) ยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อ	91.28	1) แหล่งเงินกู้/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ	62.75
2) ช่องทางการขายไม่เพียงพอ	11.69	2) ต้องการสินเชื่อไม่มีหลักค้ำประกัน	45.26
2. การเงิน	55.39	2. ด้านการตลาด	65.64
1) ขาดเงินทุนหมุนเวียน	90.27	1) เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online	54.50
2) ธุรกิจขาดทุน	13.24	2) ทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business	39.34
3. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	12.35	3. ปัจจัยสนับสนุน	22.31
1) ขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะ	40.61	1) การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐาน	35.91
2) ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยี	32.12	2) มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลน	32.21
4. ปัจจัยสนับสนุน	10.40	4. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	20.96
1) ขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้า	82.01	1) การบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online	41.43
2) การขนส่ง	36.65	2) การอบรมความรู้ด้านการบริหารการตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์	31.07
5. กฎระเบียบ	2.47	5. กฎระเบียบ	13.62
1) กฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจ	75.76	1) ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค	58.24
2) ความซ้ำซ้อนของขั้นตอน	24.24	2) การลดหย่อนภาษี	36.81

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2. ผลการสำรวจ 2 อันดับแรกของแต่ละด้าน

ที่มา: มูลนิธิ สวค.

แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดมากที่สุด แต่ในด้านของความช่วยเหลือ กลุ่มตัวอย่างต้องการความช่วยเหลือด้านการเงินมากที่สุด ร้อยละ 66.32 ซึ่งใกล้เคียงกับด้านการตลาด ร้อยละ 65.64 เมื่อพิจารณาจากผลสำรวจในภาพรวม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการมีสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ ยังคงเป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจอย่างมาก เนื่องจากประสบปัญหาเรื่องเงินทุนหมุนเวียน ประกอบกับผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ทำให้เกิดภาวะยอดขายลดลง ซึ่งต้องการความช่วยเหลือทางการเงินและการตลาดอย่างเร่งด่วน รวมไปถึงการลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจอื่น ๆ อาทิ ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภคมากที่สุด การลดหย่อนภาษี

หากพิจารณาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าทั้ง 2 ประเภทมีปัญหาและอุปสรรคที่เหมือนกัน ยกเว้นในด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ และส่วนของความต้องการความช่วยเหลือ จำแนกตามขนาดกิจการ พบว่าทั้ง 2 ประเภทมีความต้องการที่แตกต่างกันใน 2 ด้านแรก คือ ด้านการเงิน และด้านการตลาด รายละเอียดดังตารางที่ 5.31

ตารางที่ 5.31: สรุปปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามขนาดกิจการ

วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
ด้าน/ปัญหา	ร้อยละ	ด้าน/ปัญหา	ร้อยละ
1. ด้านการตลาด	81.84	1. ด้านการตลาด	87.10
1) ยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อ	91.15	1) ยอดขายลดลง/ลูกค้ายกเลิกการสั่งซื้อ	91.59
2) ช่องทางการขายไม่เพียงพอ	12.02	2) ช่องทางการขายไม่เพียงพอ	10.90
2. การเงิน	58.38	2. การเงิน	48.66
1) ขาดเงินทุนหมุนเวียน	89.44	1) ขาดเงินทุนหมุนเวียน	92.50
2) ธุรกิจขาดทุน	13.15	2) ธุรกิจขาดทุน	13.50
3. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	10.27	3. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	17.03
1) ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยี	37.89	1) ขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะ	61.43
2) ขาดแคลนพนักงานทั่วไป/ขาดพนักงานที่มีความสามารถ/ขาดแรงงานที่มีทักษะ	25.26	2) ไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยี	24.29
4. ปัจจัยสนับสนุน	8.86	4. ปัจจัยสนับสนุน	13.87
1) ขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้า	87.80	1) ขาดแคลนวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้า	73.68
2) การขนส่ง	24.39	2) การขนส่ง	42.11
5. กฎระเบียบ	1.62	5. กฎระเบียบ	4.38
1) กฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจ	73.33	1) กฎระเบียบไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ/ข้อจำกัดในการทำธุรกิจ	77.78
2) ความซับซ้อนของขั้นตอน	20.00	2) ความซับซ้อนของขั้นตอน และความล่าช้าในการดำเนินงาน*	27.27

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
 2. ผลการสำรวจ 2 อันดับแรกของแต่ละด้าน
 3. * คือ ความซับซ้อนของขั้นตอน และความล่าช้าในการดำเนินงาน มีสัดส่วนเท่ากัน

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ตารางที่ 5.32: สรุปความต้องการความช่วยเหลือ จำแนกตามขนาดกิจการ

วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
ด้าน/ความช่วยเหลือ	ร้อยละ	ด้าน/ความช่วยเหลือ	ร้อยละ
1. การเงิน	69.84	1. ด้านการตลาด	64.72
1) แหล่งเงินทุน/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ	63.00	1) เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online	58.27
2) ต้องการสินเชื่อไม่มีหลักค้ำประกัน	47.99	2) ทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business	45.11
2. ด้านการตลาด	66.05	2. การเงิน	58.39
1) เพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบ Online	52.86	1) แหล่งเงินทุน/สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ	62.08
2) จัดหาตลาดพื้นที่ขายของที่มีศักยภาพ	39.93	2) สินเชื่อเงินกู้ระยะยาว	40.42
3. ปัจจัยสนับสนุน	18.92	3. ปัจจัยสนับสนุน	29.93
1) การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐาน	38.29	1) การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์/บริการ เพื่อให้ได้มาตรฐาน	32.52
2) มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลน	33.71	2) มีหน่วยงานที่ช่วยจัดหาวัตถุดิบที่ขาดแคลน	30.08
4. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	17.73	4. ทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้	28.22
1) การบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online	40.85	1) การบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ทั้ง Offline และ Online	42.24
2) การอบรมความรู้ด้านการบริหารการตลาดและการขาย การสร้างแบรนด์	32.32	2) การอบรมทักษะพื้นฐานที่สำคัญในการทำธุรกิจ	31.09
5. กฎระเบียบ	10.59	5. กฎระเบียบ	20.44
1) ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค	63.27	1) ลดหย่อนค่าสาธารณูปโภค	52.38
2) การลดหย่อนภาษี	32.65	2) การลดหย่อนภาษี	41.67

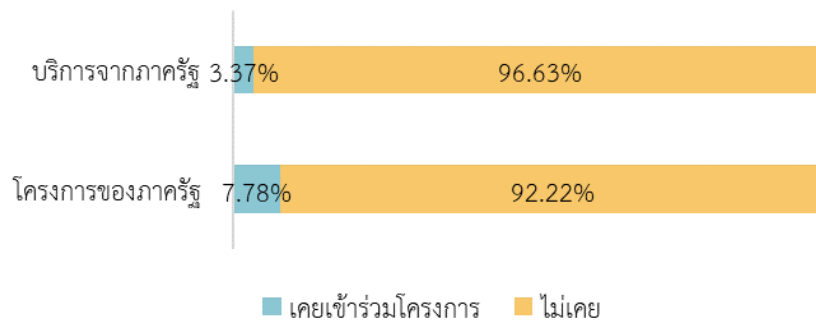
หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
2. ผลการสำรวจ 2 อันดับแรกของแต่ละด้าน

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

5.5.4 ความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการและการเข้ารับบริการ

จากการสำรวจตัวอย่างจำนวน 1,336 ตัวอย่าง พบว่ามีผู้ประกอบการ 104 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.78) ที่เคยเข้าโครงการของภาครัฐ ส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมโครงการด้านการสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด รองลงมาคือ โครงการด้านการตลาด และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ ค่าเฉลี่ย 4.00 อยู่ในระดับพอใจมาก

ภาพที่ 5.34: สรุปผลการเข้าร่วมโครงการ และการรับบริการ



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

ด้านการเข้ารับบริการจากภาครัฐ มีผู้ประกอบการเพียง 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.37) เท่านั้นที่เคยเข้ารับบริการจากภาครัฐ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก ส่วนใหญ่เคยเข้ารับบริการด้านการให้ความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจมากที่สุด รองลงมา คือ บริการด้านการสนับสนุนทางการเงิน การพัฒนาผลิตภาพแรงงาน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ ในสัดส่วนที่เท่ากันทั้ง 3 ด้าน

สาเหตุหลักที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการและเข้ารับบริการ คือ ไม่ทราบว่ามีการจัดโครงการมากที่สุด และรองลงมา คือ ไม่มีเวลาเข้าร่วม/ไม่สะดวกเรื่องเวลา ดังนั้น เพื่อให้เกิดการรับรู้ในกลุ่มผู้ประกอบการมากขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชนให้แพร่หลาย และเป็นไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าถึงปัจจัยแวดล้อมที่จะช่วยพัฒนาให้เป็นผู้ประกอบการที่เติบโตและเข้มแข็งได้ต่อไป

ทั้งนี้ หากพิจารณาผลการสำรวจในมิติของขนาดกิจการและช่วงธุรกิจเป็นหลัก สามารถสรุปผลการสำรวจที่สำคัญได้ดังนี้

ตารางที่ 5.33: สรุปการเข้าร่วมโครงการและการเข้ารับบริการ จำแนกตามขนาดกิจการ

ผลการสำรวจ	กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)		กลุ่มตัวอย่าง	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	
		จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ
การเข้าร่วมโครงการ	เคยเข้าร่วมโครงการ	69	7.46	เคยเข้าร่วมโครงการ	35	8.52
โครงการที่เคยเข้าร่วม*	การสนับสนุนทางการเงิน	45	65.22	การสนับสนุนทางการเงิน	19	54.29
	มาตรฐานสินค้า	9	13.04	การตลาด	12	34.29
ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย 3.83 (มาก)		ค่าเฉลี่ย 4.34 (มากที่สุด)			
การเข้ารับบริการ	เคยเข้ารับบริการ	21	2.27	เคยเข้ารับบริการ	24	5.84
โครงการที่เคยเข้าร่วม*	การสนับสนุนทางการเงิน	7	33.33	การพัฒนาผลิตภัณฑ์/ บรรจุภัณฑ์ การออกแบบ	12	50.00
	การให้ความรู้เพื่อการ พัฒนาธุรกิจ	5	23.81	การให้ความรู้เพื่อการ พัฒนาธุรกิจ	11	45.83
ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย 4.19 (มาก)		ค่าเฉลี่ย 4.42 (มากที่สุด)			

หมายเหตุ: 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1,336 ตัวอย่าง และ 1 ตัวอย่าง


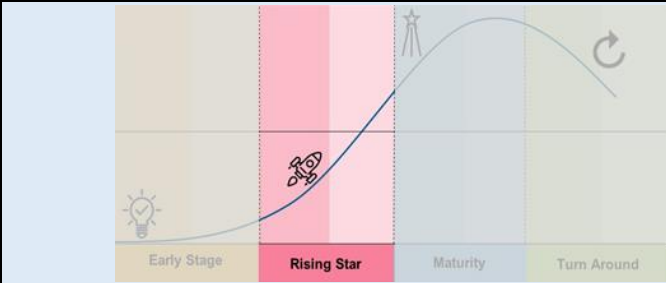
2. * คือ 2 อันดับแรกจากผลการสำรวจ และสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ



ที่มา: มุลินธิ สวค.

5.5.5 สรุปผลการสำรวจที่สำคัญในมิติของขนาดกิจการและช่วงธุรกิจ

จากผลการสำรวจที่สรุปไว้ข้างต้น เห็นได้ว่าด้านศักยภาพของธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around) และช่วงธุรกิจอิมมัตูร์ (Maturity) ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันมากกว่าร้อยละ 70 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แสดงถึงผู้ประกอบการกำลังประสบภาวะเสี่ยงต่อการปิดกิจการในอนาคต ซึ่งผลสำรวจนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการสนับสนุนผู้ประกอบการในอนาคต โดยผลสำรวจที่สำคัญของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ในแต่ละช่วงธุรกิจ แสดงในตารางที่ 5.35

ตารางที่ 5.34: สรุปผลการสำรวจที่สำคัญในมิติของขนาดกิจการและช่วงธุรกิจ

ผลการสำรวจ	1. ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage)		2. ช่วงธุรกิจรุ่งเรือง (Rising Star)	
				
	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)
จำนวนตัวอย่าง	193 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.86)	51 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.41)	66 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.14)	53 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.90)
ช่วงอายุกิจการ	- น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 17.73 - 5-10 ปี ร้อยละ 3.03 - อื่น ๆ ร้อยละ 0.11	- น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 9.00 - 5-10 ปี ร้อยละ 2.68 - อื่น ๆ ร้อยละ 0.73	- 5-10 ปี ร้อยละ 3.46 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 2.81 - อื่น ๆ ร้อยละ 0.86	- 5-10 ร้อยละ 7.30 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 2.43 - อื่น ๆ ร้อยละ 3.16
การจ้างงาน	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 11.24 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 9.62	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 11.24 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 9.62	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 2.59 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 4.54	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 0.49 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 12.41
ภาคธุรกิจ	- การค้า ร้อยละ 11.03 - การบริการ ร้อยละ 8.32 - อื่น ๆ ร้อยละ 1.51	- การค้า ร้อยละ 5.11 - การบริการ ร้อยละ 3.89 - อื่น ๆ ร้อยละ 3.41	- การบริการ ร้อยละ 3.24 - การค้า ร้อยละ 3.14 - อื่น ๆ ร้อยละ 0.76	- การบริการ ร้อยละ 6.33 - การค้า ร้อยละ 4.62 - อื่น ๆ ร้อยละ 1.95
ผลกระทบจาก Covid-19	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 18.70 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 2.16	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 9.73 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 2.68	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 6.05 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 1.08	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 9.73 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 3.16
ความช่วยเหลือที่ต้องการ	1. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ 2. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ	1. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ 2. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ	1. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขายในรูปแบบออนไลน์ 2. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ	1. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องทำการตลาดโดยใช้ Social Media, Platform Sharing Business 2. ด้านกฎระเบียบ อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินกู้/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ

ผลการสำรวจ	3. ช่วงธุรกิจอิมตัว (Maturity)		4. ในช่วงการพลิกฟื้นธุรกิจ (Turn Around)	
				
	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	วิสาหกิจรายย่อย (Micro)	วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)
จำนวนตัวอย่าง	324 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.03)	161 ตัวอย่าง (ร้อยละ 39.17)	342 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.97)	146 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.52)
ช่วงอายุกิจการ	- 5-10 ปี ร้อยละ 13.73 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 9.30 - อื่น ๆ ร้อยละ 12.00	- 5-10 ปี ร้อยละ 15.09 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 8.03 - อื่น ๆ ร้อยละ 16.06	- 5-10 ปี ร้อยละ 16.11 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 11.89 - อื่น ๆ ร้อยละ 8.97	- 5-10 ปี ร้อยละ 14.36 - น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 6.33 - อื่น ๆ ร้อยละ 14.84
การจ้างงาน	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 17.84 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 17.19	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 3.16 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 36.01	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 16.00 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 20.97	- ไม่มีการจ้างงาน ร้อยละ 7.06 - มีการจ้างงาน ร้อยละ 28.47
ภาคธุรกิจ	- การค้า ร้อยละ 17.41 - การบริการ ร้อยละ 12.97 - อื่น ๆ ร้อยละ 4.65	- การค้า ร้อยละ 14.36 - การบริการ ร้อยละ 13.38 - อื่น ๆ ร้อยละ 11.44	- การค้า ร้อยละ 18.59 - การบริการ ร้อยละ 14.38 - อื่น ๆ ร้อยละ 4.00	- การค้า ร้อยละ 17.03 - การบริการ ร้อยละ 10.22 - อื่น ๆ ร้อยละ 8.27
ผลกระทบจาก Covid-19	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 31.68 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 3.35	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 33.82 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 5.35	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 36.43 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 0.54	- ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 33.58 - ไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 1.95
ความช่วยเหลือที่ต้องการ	1. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินทุน/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ 2. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขาย ในรูปแบบออนไลน์	1. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินทุน/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ 2. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขาย ในรูปแบบออนไลน์	1. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินทุน/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ 2. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขาย ในรูปแบบออนไลน์	1. ด้านการตลาด อันดับที่ 1 เรื่องแหล่งเงินทุน/สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ 2. ด้านการเงิน อันดับที่ 1 เรื่องเพิ่มช่องทางการขาย ในรูปแบบออนไลน์

หมายเหตุ: 1. วิสาหกิจรายย่อย (Micro) จำนวน 925 ตัวอย่าง (ร้อยละ 100) วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) จำนวน 411 ตัวอย่าง (ร้อยละ 100) รวมทั้งหมด 1,336 ตัวอย่าง
2. จำนวนตัวอย่าง, ช่วงอายุกิจการ, การจ้างงาน, ภาคธุรกิจ และผลกระทบจาก COVID-19 มีจำนวนเต็มร้อยละ 100 ในแต่ละขนาดกิจการ
3. ผลการสำรวจช่วงอายุกิจการ, การจ้างงาน, ภาคธุรกิจ และผลกระทบจาก COVID-19 รายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก ข

ที่มา: มุลนิธิ สวค.

บทที่ 6

สรุปผลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาการสำรวจ
และรวบรวมข้อมูล

6

สรุปผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ที่ได้จากการศึกษา การสำรวจ และรวบรวมข้อมูล

สำหรับในบทนี้ เป็นการสรุปผลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) และการสัมมนารับฟังความคิดเห็น และการศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่ดีของต่างประเทศ เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เหมาะสมกับวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) ต่อไป

6.1 สรุปผลสำรวจข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การระดมความคิดเห็น และการสัมมนารับฟังความคิดเห็น

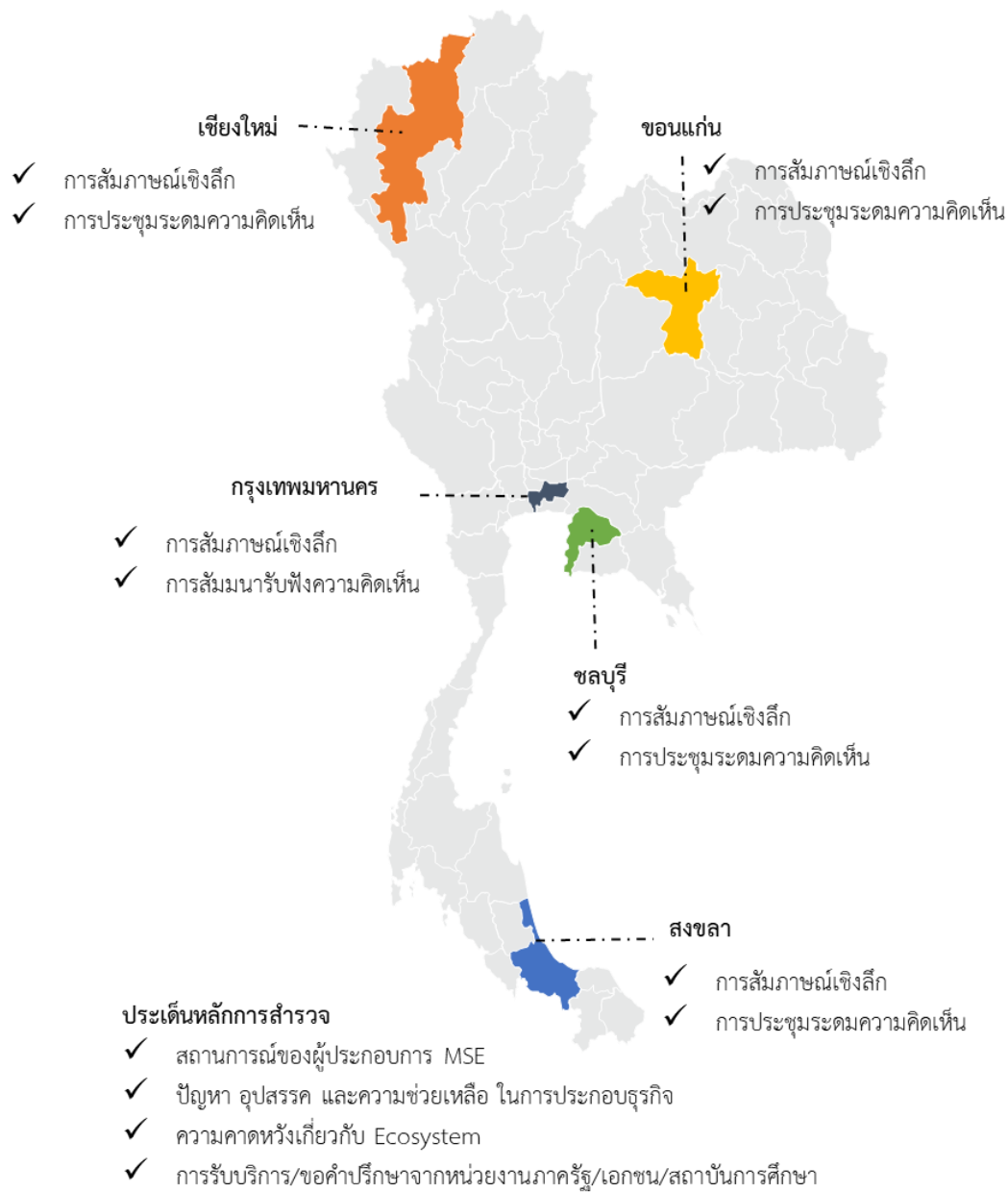
ผลสำรวจข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) และการสัมมนารับฟังความคิดเห็น ครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี ขอนแก่น เชียงใหม่ และสงขลา โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- การสัมภาษณ์เชิงลึกในพื้นที่ 5 จังหวัด จำนวน 21 ตัวอย่าง
- การระดมความคิดเห็นในพื้นที่ 4 จังหวัด (ชลบุรี ขอนแก่น เชียงใหม่ และสงขลา) จำนวนผู้เข้าร่วม 116 คน
- การสัมมนารับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 102 คน

จากกระบวนการศึกษาข้างต้น มีประเด็นหลักในการศึกษา คือ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจและปัจจัยแวดล้อมทั้ง 5 ด้านประกอบด้วย 1) ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย 2) ด้านการตลาด 3) ด้านการเงิน 4) ด้านปัจจัยสนับสนุน และ 5) ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ ซึ่งสามารถสรุปผลการสำรวจจาก 3 กลุ่มตัวอย่างข้างต้น ในพื้นที่ 5 จังหวัด ดังนี้¹

¹ รายละเอียดผลการสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ ปรากฏดังภาคผนวก จ และ ฉ

ภาพที่ 6.1: พื้นที่เป้าหมายในการสำรวจข้อมูล



ที่มา: มูลินนิธิ สวค.

ตารางที่ 6.1: สรุปผลและการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม จากการสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ

จังหวัด	กฎระเบียบ/นโยบาย	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
กรุงเทพฯ	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ Legal Help ให้ข้อมูลด้านกฎหมายกฎระเบียบสำหรับ MSE ที่มีปัญหา NPL หรือต้องการฟื้นฟูกิจการ - การปรับปรุงระบบราชการ เน้นการส่งเสริมมากกว่ากำกับ และควบคุม ให้บริการแบบ one stop service โดยมีหน่วยงานเดียวที่ดูแลและรวบรวมข้อมูล ลดการทำงานซ้ำซ้อนของหน่วยงาน - การกระจายอำนาจในหน่วยงานท้องถิ่นและมี KPI ระดับท้องถิ่นเอง เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการในเชิงพื้นที่ - นโยบายการส่งเสริม SME ทุกโครงการควรมีความต่อเนื่อง และติดตามผลอย่างจริงจัง - จัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อจำนวนของวิสาหกิจชุมชนหรือเกษตรกร ที่ต้องเสียภาษี เพื่อลดความกังวลและภาระงานในการจัดการบัญชี และเน้นส่งเสริมในสิ่งจำเป็นก่อน - มาตรการผ่อนคลายเป็นด้านภาษี ปรับขึ้นของรายได้ธุรกิจ 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างแพลตฟอร์มในการ ซื้อขายสินค้าทั้งในและต่างประเทศโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล - การส่งเสริมการขายสินค้าเกษตร ซึ่งเป็นจุดแข็งของไทย - การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นไทย ผ่านสื่อออนไลน์ หรือ E-commerce โดยเน้นนำเสนอเอกลักษณ์และความเป็นไทย ในแต่ละพื้นที่ (Individual/ Area-based Product) - การรวมกลุ่มธุรกิจ และการทำ Data Analytics การแบ่งปันข้อมูลกัน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - กองทุนฟื้นฟู NPL เพื่อการพัฒนา MSMEs - กองทุนบัณฑิตพัฒนาเศรษฐกิจ บ้านเกิด ให้ทุนบัณฑิตและอาชีวศึกษากลับไปพัฒนาบ้านเกิด และทักษะวิชาชีพเฉพาะด้านในอนาคต - หลักเกณฑ์ในการคัดกรอง MSE ที่มีคุณภาพสำหรับนักลงทุน เช่น Credit Scoring และ Risk Assessment - การทำ Digital Lending การให้กู้ยืมโดยใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> - นโยบายส่งเสริม Digital Factory หรือ OEM Solution Platform เพื่อพัฒนากระบวนการผลิต และสร้าง OEM-Thai Brand - การสนับสนุนการทำ Business Matching และการรวมกลุ่มเครือข่ายระยะยาวและมีความต่อเนื่อง - การจำลองวงจรธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อเป็นต้นแบบสำหรับการบริหารจัดการ MSE - สร้างกระบวนการคัดกรองและกลไกในการเลือกผู้ประกอบการ เข้าโครงการ เพื่อเพิ่มจำนวน Success Case - การสร้างฐานข้อมูลการพัฒนาการของวิสาหกิจชุมชน - สร้าง Pilot Project รัฐให้งบประมาณในการนำร่องและบูรณาการเพื่อสานต่อ 	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาผู้ประกอบการระดับ Micro OTOP โดยกระจายอำนาจให้การปกครองส่วนท้องถิ่น - การสร้างระบบพี่เลี้ยงสำหรับห้องเรียนออนไลน์ ให้คำปรึกษาและติดตามผลอย่างใกล้ชิด - สร้างปัจจัยแวดล้อมโดยเน้นการปลูกฝังให้ผู้ประกอบการไม่มองแต่กำไรสูงสุด เน้นการกระจายงานและรายได้ เช่น การรวมกลุ่มและแบ่งปันทุนกัน - นโยบายสร้างงานเน้นการสร้างงานใน MSME และมีการดูแลทั้งวงจรธุรกิจ

จังหวัด	กฎระเบียบ/นโยบาย	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
ชลบุรี	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบอำนวยความสะดวกและร่นระยะเวลาการจดทะเบียนผู้ประกอบการและการรับรองมาตรฐาน อาทิ การจดทะเบียนพาณิชย์ นิติบุคคล อย. และ GMP 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาด้านการส่งออกสินค้าที่มีความเชี่ยวชาญเชิงพื้นที่ - แพลตฟอร์มเชื่อมต่อผู้ประกอบการและกลุ่มลูกค้า - ศูนย์ให้ความช่วยเหลือพัฒนาแบรนด์ และผลิตภัณฑ์ให้คำแนะนำและสร้างแรงจูงใจในการค้ากับตลาดต่างประเทศ รวมไปถึงสนับสนุนด้านงบประมาณในการออกแสดงสินค้า - ศูนย์วิเคราะห์สถิติพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ต่าง ๆ - แพลตฟอร์มนำเสนอสินค้าของคนไทยเพื่อคนไทย - งบประมาณสนับสนุนให้กับผู้ประกอบการที่เดินทางไปงานแสดงสินค้าต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำตามช่วงอายุกิจการ - แผนมาตรการช่วยเหลือเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจระยะสั้นและระยะยาว 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ให้คำปรึกษาเฉพาะทาง อาทิ การบริหารเงินทุน กฎหมาย และการเสียภาษี - ระบบฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน - หน่วยงานให้ความช่วยเหลือในการเข้าถึงเทคโนโลยี และ R&D ผ่านการระดมทุนหรือผ่านสถาบันการศึกษา - แพลตฟอร์มข้อมูลเครือข่ายผู้ประกอบการเพื่อประชาสัมพันธ์บริการของภาครัฐ - เครือข่าย SME เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลแนวความคิดการประกอบธุรกิจที่ทันต่อสถานการณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการที่คำนึงถึงความรู้พื้นฐานและทัศนคติในการประกอบธุรกิจ - เครือข่ายวิสาหกิจขนาดเล็กที่มีประเภทธุรกิจเดียวกันหรืออยู่ในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน - ศูนย์ให้ความรู้ในการดำเนินธุรกิจครบวงจรเช่นความรู้ด้านดิจิทัล E-commerce รวมไปถึงการสำรวจข้อมูลสถิติเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และมีการติดตามให้ความช่วยเหลือ - ศูนย์พัฒนาผลิตภาพแรงงาน - ศูนย์บริการชาวต่างชาติ ทั้งด้านท่องเที่ยวและแรงงาน

จังหวัด	กฎระเบียบ/นโยบาย	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
ขอนแก่น	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบอำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจสำหรับ SME ในระดับท้องถิ่น ตั้งแต่ระยะเริ่มต้นธุรกิจ เช่น การจดทะเบียนธุรกิจ - ปรับหลักเกณฑ์ กฎระเบียบเกี่ยวกับภาษี การกู้ยืมเงิน หรือสินเชื่อ สำหรับ SME ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด เพื่อให้สามารถดำรงกิจการได้ - กระจายอำนาจด้านกฎระเบียบสู่ท้องถิ่น เพื่อให้สามารถช่วยเหลือ SME ได้ตรงความต้องการ - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของ SME เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคและสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ประกอบการ SME 	<ul style="list-style-type: none"> - ฐานข้อมูลการสนับสนุนด้านการตลาดของ SME ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และพัฒนาด้านวิชาการ นวัตกรรมและเทคโนโลยี - แพลตฟอร์มการตลาดแบบออนไลน์ โดยเฉพาะช่วงธุรกิจที่กำลังเติบโต และการตลาดแบบออฟไลน์ โดยเฉพาะตลาดชุมชน - Platform ออนไลน์ ทั้งตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศตลาดใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ให้คำปรึกษาด้านการเงินสำหรับ SME ระดับท้องถิ่น - ระบบการค้ำประกันเงินกู้ และเงินช่วยเหลือ สำหรับ SME - งบประมาณสนับสนุนช่วยเหลือ SME ควรได้รับอย่างต่อเนื่อง และให้ท้องถิ่นมีอำนาจในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะ SME ที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ - Model ธุรกิจ สำหรับ SME ในการลดต้นทุนการดำเนินงาน - ระบบการชำระเงินสำหรับ SME ทั้งในประเทศและต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ อาชีพที่รองรับ/เกิดขึ้นในอนาคต การให้บริการและความช่วยเหลือของหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม พร้อมพี่เลี้ยงและผู้มีความรู้ - สร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการอบรมให้ความรู้และความช่วยเหลือต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการ ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ผ่านเครือข่าย สมาคม องค์กร - ศูนย์ทดลองการเป็นผู้ประกอบการในสถานศึกษา และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดของ SME โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เพื่ออนาคต - ควรมีตัวแทนหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบทางด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อช่วยเหลือ SME - แพลตฟอร์มข้อมูลในด้านต่าง ๆ เช่น การทำธุรกิจ ข้อมูลการตลาด เครือข่าย คลัสเตอร์ ผู้รับจ้างผลิตสินค้า (OEM) และด้านอื่น ๆ ที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของ MSE และเกษตรกร 	<ul style="list-style-type: none"> - หลักสูตรอบรมผู้ประกอบการในทุกช่วงธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านเทคโนโลยี ระบบคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์ การทดสอบตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น การอบรมให้ความรู้ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการเงินการบัญชี - ศูนย์เครือข่ายธุรกิจ (Biz Club) สำหรับ SME ที่มีประสิทธิภาพ และเน้นการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย คลัสเตอร์ เพื่อให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลความรู้กันระหว่างกลุ่ม ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ - สร้างผู้ประกอบการรายใหม่ (New Generation) ทำให้คนรุ่นใหม่กลับไปพัฒนาบ้านเกิด กระจายความเจริญสู่ภูมิภาค และสามารถคงวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้

จังหวัด	กฎระเบียบ/นโยบาย	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
สงขลา	<ul style="list-style-type: none"> - มีฐานข้อมูลผู้ประกอบการและกิจการที่สามารถเปิดเผยได้ เพื่อการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ - มาตรการสร้างแรงจูงใจ (Incentive) ให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์แก่ภาครัฐและผู้ประกอบการในการขอรับการสนับสนุน 	<ul style="list-style-type: none"> - มีช่องทางการขาย Online Platform ที่เป็นของไทยเอง ผู้ซื้อและผู้ขายเข้าถึงได้ง่าย และมีค่าธรรมเนียมการขายต่ำกว่าของต่างชาติ - มีหน่วยงานช่วยดูแลและให้คำปรึกษาด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง (ไม่อยู่ภายใต้งบประมาณรายปีของภาครัฐ เพราะทำให้ขาดความต่อเนื่อง) - นโยบายสนับสนุนให้ร้านสะดวกซื้อในพื้นที่รับสินค้าภายในชุมชนหรือจังหวัดเข้าไปจำหน่าย เพื่อเพิ่มช่องทางการขาย - ระบบการสนับสนุน/ช่วยเหลือผู้ประกอบการที่เดินทางไปงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - เงินกู้อัตราดอกเบี้ยต่ำ และมาตรการขยายระยะเวลาพักชำระหนี้ - สินเชื่อเงินกู้ที่ผ่อนคลายเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีปัญหาเรื่องหลักทรัพย์ค้ำประกัน และเครดิตบูโรโดยเฉพาะ - มาตรการหรือแผนฟื้นฟูการช่วยเหลือทางการเงินให้กับผู้ประกอบการที่มีปัญหาอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง - ปรับปรุงหลักเกณฑ์การกำหนดวงเงินสินเชื่อของ SME Bank โดยพิจารณาเป็นรายกิจการ ไม่ใช่รายบุคคล หรือคณะกรรมการ 	<ul style="list-style-type: none"> - นโยบายการสนับสนุนด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการ และมีศูนย์ให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ และค่าใช้จ่ายต่ำ - มี Big Map หรือ One Stop Service ที่รวบรวมหน่วยงานและความช่วยเหลือต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน - แนวทางการสนับสนุนการรวมกลุ่ม (Cluster) และสร้างเครือข่าย (Network) ให้แก่ผู้ประกอบการ - แนวทางการบูรณาการหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่ชัดเจนในการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนา MSE ในทิศทางเดียวกัน - ระบบการรับรองมาตรฐานสินค้า/บริการ เช่น อย., มอก. ISO ที่สะดวกและรวดเร็ว ไม่ซับซ้อนสามารถเข้าถึงได้ง่าย - ระบบการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว ในการเดินทางระหว่างเมืองและพื้นที่ท่องเที่ยว นอกเขตเมือง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีกระบวนการบ่มเพาะทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) ในช่วงการเริ่มต้นธุรกิจ (Early Stage) - หลักสูตรการส่งเสริมการทำบัญชีแบบลีน (Lean Accounting) และให้ความรู้เรื่องการลดต้นทุนของธุรกิจ - หลักสูตรการตลาดออนไลน์ ที่มุ่งเน้นกลุ่มวิสาหกิจโดยเฉพาะเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ - มีโครงการเพิ่มทักษะและสร้างทักษะใหม่ (Upskill & Reskill) ในสาขาอาชีพที่สำคัญอย่างต่อเนื่อง และภาครัฐให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายให้ผู้ประกอบการบางส่วน - กระบวนการเสริมสร้างความรู้และทักษะให้กับผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ (ข้าราชการและพนักงานธนาคารของรัฐ) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

จังหวัด	กฎระเบียบ/นโยบาย	การตลาด	การเงิน	ปัจจัยสนับสนุน	ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้
เชียงใหม่	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงบริการจากภาครัฐในทุกช่วงอายุของกิจการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ให้ความช่วยเหลือในการทดสอบและการเข้าถึงตลาด - แพลตฟอร์มผู้ประกอบการเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการแก่ลูกค้า - หน่วยงานให้การสนับสนุนการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงพื้นที่ อาทิ ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด - แพลตฟอร์มเชื่อมโยงตลาดและแหล่งผลิตสินค้า - แพลตฟอร์มเชื่อมต่อผู้ซื้อและผู้ขายโดยมีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการตามช่วงอายุและสถานะของกิจการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์ให้คำปรึกษาเฉพาะทาง อาทิ การทำบัญชี และขั้นตอนการดำเนินธุรกิจ - แพลตฟอร์มประชาสัมพันธ์มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ - หน่วยงาน R&D พัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องจักรสำหรับผู้ประกอบการ - หน่วยงานบูรณาการเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ - ศูนย์ประชาสัมพันธ์บริการของภาครัฐ 	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบพัฒนาผู้ประกอบการที่มีความต่อเนื่องและมีตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน - สมาคมหรือคลัสเตอร์ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดเล็ก หรือวิสาหกิจชุมชน - ศูนย์พัฒนาแรงงานพื้นฐานด้านหัตถกรรม โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถานศึกษา - ศูนย์ส่งเสริมอาชีพแรงงานไทยและเงินสนับสนุนค่าแรงตามวิชาชีพหรือความเชี่ยวชาญ - การประกวดธุรกิจเพื่อนำเสนอแผนธุรกิจและแลกเปลี่ยนความรู้ - ระบบการให้ความรู้และสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้ทางธุรกิจ การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน

ที่มา: มุลินธิ สวค.

จากสรุปผลการสำรวจข้อมูลในพื้นที่เป้าหมาย 5 จังหวัดข้างต้น มีประเด็นที่สำคัญในแต่ละด้าน ดังนี้

1) ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย

ผู้ประกอบการต้องการให้มีศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service) เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการช่วยลดระยะเวลาและความซ้ำซ้อนต่าง ๆ ในการติดต่อกับหน่วยงานได้มากขึ้น และควรมีการกระจายอำนาจไปสู่ภูมิภาค/ท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการส่งเสริมผู้ประกอบการและเป็นการสนับสนุนให้บุคลากรในท้องถิ่นได้พัฒนาศักยภาพให้มีความรู้ความสามารถในการสนับสนุนผู้ประกอบการมากกว่า การรับนโยบายจากส่วนกลางเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ ในปัจจุบันทาง สสว. มีการดำเนินการศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service หรือ OSS) ในทุกจังหวัด แต่อาจมีการพัฒนาในส่วนของการสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับทราบอย่างทั่วถึงว่ามีศูนย์ที่ให้บริการแบบครบวงจร รวมถึงพัฒนาศักยภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพรวดเร็ว มีฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สำหรับผู้ประกอบการอย่างครบถ้วนและสามารถเข้าถึงได้ง่าย

นอกจากนี้ ควรมีศูนย์ให้ความรู้ทางด้านกฎหมายและช่วยเหลือผู้ประกอบการที่มีปัญหา NPL (Non-Performing Loan) หรือผู้ประกอบการที่ต้องการฟื้นฟูกิจการ เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เปราะบางทางธุรกิจ ไม่สามารถเข้าสู่ระบบการเงินของสถาบันการเงินได้ ดังนั้น หากมีการช่วยเหลือในส่วนนี้ จะช่วยให้ MSE กลุ่มนี้สามารถกลับมาดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ

ในส่วนของนโยบายการสนับสนุนผู้ประกอบการ ภาครัฐควรมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ในลักษณะการสนับสนุนระยะยาว ซึ่งในบางกรณีเป็นเพียงการสนับสนุนในลักษณะโครงการระยะสั้น ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรม ผู้ประกอบการไม่ได้รับการบ่มเพาะอย่างเป็นระบบ และไม่สามารถติดตามและประเมินผลสำเร็จจากการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน

2) ด้านการตลาด

การนำ Digital Platform เข้ามาพัฒนาทางการตลาด อาทิ มีแพลตฟอร์มการซื้อขายออนไลน์เข้าถึงได้ง่ายทั้งจากไทยและต่างประเทศ มีการสร้างแพลตฟอร์มการซื้อขายออนไลน์ที่เป็นของประเทศไทยเอง เพื่อให้ผู้ขายมีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น สามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ รวมทั้งช่วยลดค่าใช้จ่ายในด้านค่าธรรมเนียมการขายได้ นอกจากนี้ ควรมีการสร้างฐานข้อมูลที่เป็นทางด้านการตลาดและฐานข้อมูลผู้ประกอบการ โดยการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ และสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ด้วยระบบดิจิทัล เพื่อเป็นการแบ่งปันข้อมูลที่สำคัญในเครือข่าย หรือการสร้างกิจกรรมทางการตลาด

ควรมีรูปแบบการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เช่น การสนับสนุนให้ร้านค้าสะดวกซื้อนำสินค้าในท้องถิ่นเข้าไปขายร่วมด้วย มีแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ชุมชน หรือการมีหน่วยงานช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าของชุมชนให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งต้องมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและทำในวงกว้าง

ควรมีศูนย์ให้ความช่วยเหลือทางการตลาด เพื่อช่วยเหลือและให้คำปรึกษาในการทำตลาด การทดสอบตลาด การเข้าถึงตลาด รวมทั้งการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการ

มีความเข้าใจในการตลาดของสินค้าหรือบริการของตนเองมากขึ้น ซึ่งจะช่วยทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น

3) ด้านการเงิน

เนื่องจากภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ทำให้ผู้ประกอบการมากกว่าร้อยละ 90 ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นี้ ดังนั้น ในด้านการเงิน จึงให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูทางการเงินของกิจการ เนื่องจากการฟื้นฟูกิจการต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบ และมีกองทุนเพื่อให้ความช่วยเหลือโดยตรง และภาครัฐควรมีแหล่งเงินกู้ที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ และผู้ประกอบการเข้าถึงได้ง่ายกว่าในปัจจุบัน หรือมีเงื่อนไขที่ผ่อนคลายมากขึ้น รวมถึงระบบการค้ำประกันเงินกู้ให้กับผู้ประกอบการ เนื่องจากโครงการสินเชื่อต่าง ๆ ในขณะนี้ ยังมีหลายเงื่อนไขที่เป็นข้อจำกัดให้ผู้ประกอบการไม่สามารถกู้ยืมได้ และควรมีแผนรองรับการช่วยเหลือผู้ประกอบการทั้งระยะสั้น และระยะยาวเมื่อเกิดวิกฤติขึ้นอีกในอนาคต เพื่อให้สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการได้อย่างรวดเร็ว

ควรมีแหล่งเงินทุนหรือกองทุนสำหรับผู้ประกอบการในแต่ละช่วงธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการในแต่ละช่วงมีลักษณะความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้น การได้รับการสนับสนุนทางการเงินที่เหมาะสมกับช่วงธุรกิจจึงสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการได้ตรงตามความต้องการมากขึ้น

นอกจากนี้ ควรมีสุนย์ให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับธุรกิจในระดับท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้ และให้คำปรึกษาทางการเงินตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจ หรือให้ความช่วยเหลือธุรกิจตั้งแต่เริ่มประสบปัญหาทางการเงินในระยะแรก รวมทั้งวิธีการลดต้นทุนที่เหมาะสมกับกิจการ

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

ประเด็นปัจจัยแวดล้อมด้านปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ คือ การสนับสนุนให้เกิดฐานข้อมูลผู้ประกอบการผู้รับจ้างผลิต (OEM) และวิสาหกิจชุมชน เพื่อการเชื่อมโยงฐานข้อมูลและนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ทั้งในส่วน of ภาครัฐและเอกชน ซึ่งจะช่วยให้เกิดการจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) และเกิด Digital Factory หรือ OEM Solution ตามที่ผู้ประกอบการต้องการให้เกิดขึ้นได้ง่ายมากขึ้น

ควรมีหน่วยงานสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการในส่วนภูมิภาค เนื่องจากยังมีปัญหาว่าหน่วยงานเหล่านี้ส่วนใหญ่มีอยู่แต่เฉพาะในกรุงเทพมหานครหรือเมืองใหญ่ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางและมีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้น ควรมีการขยายหน่วยงานเหล่านี้ให้ครอบคลุมพื้นที่ในต่างจังหวัดมากขึ้น และควรมีสุนย์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นตัวกลางในการส่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจ อาทิ โครงการอบรมให้ความรู้ สืบเชื้อจากภาครัฐ เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้

มุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างความรู้ให้ผู้ประกอบการ อาทิ การมีสุนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการ โดยมีการแบ่งผู้ประกอบการออกเป็นแต่ละช่วงธุรกิจ เพื่อการส่งเสริมความรู้ที่เหมาะสมให้ผู้ประกอบการ

แต่ละราย รวมทั้งการอบรมในรูปแบบออนไลน์ ควรมีระบบพี่เลี้ยงเพื่อช่วยในการติดตามและให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ควรมีการปรับปรุงประสิทธิภาพศูนย์เครือข่ายธุรกิจ (Biz Club) สำหรับ SME ที่มีอยู่เดิม หรือจัดตั้งขึ้นเพิ่มเติม เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว โดยกระจายอำนาจให้ถึงระดับท้องถิ่น และควรมีหน่วยงานหลักที่ดูแลรับผิดชอบอย่างชัดเจน รวมถึงเน้นการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายคลัสเตอร์ เพื่อให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลความรู้กันระหว่างกลุ่ม ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ในด้านอบรมและส่งเสริมความรู้ที่สำคัญ คือ ควรมีศูนย์การพัฒนาบุคลากร แรงงานในทักษะที่สำคัญ โดยภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณบางส่วน เพื่อเป็นแรงจูงใจให้เกิดการพัฒนาทักษะของบุคลากร รวมทั้งหลักสูตรความรู้ทางเทคโนโลยี และบัญชี เป็นความรู้ที่สำคัญที่ควรส่งเสริมให้กับผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าผลจากการสำรวจทั้ง 5 ด้านข้างต้น จะสำเร็จได้ต้องอาศัยความร่วมมือและการบูรณาการจากหลายหน่วยงาน เนื่องจากต้องเริ่มจากการมีนโยบาย มาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ และส่งต่อให้หน่วยงานต่าง ๆ ดำเนินงานตั้งแต่ส่วนกลางลงไปยังส่วนภูมิภาค และภาคเอกชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานสนับสนุน ต้องร่วมมือกันเพื่อเป็นแรงผลักดันหรือเป็นตัวเร่งให้ปัจจัยแวดล้อมเหล่านี้เกิดขึ้นได้จริง

6.2 การวิเคราะห์แนวปฏิบัติที่ดีสำหรับวิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดกลาง (MSME Best Practices) ของกลุ่มประเทศตัวอย่างและประเทศไทย



รัฐบาลไทยในหลายยุคหลายสมัยที่ผ่านมา มีการกำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และจากข้อมูลจำนวน SME ในปี 2561 แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างโอกาสในการจ้างงานที่สูงถึงร้อยละ 85.47² ของการจ้างงานรวมของประเทศ ภาครัฐจึงมีความพยายามในการดำเนินนโยบาย การจัดสรรงบประมาณผ่านโครงการมากมาย รวมถึงมีการกำหนดนิยามใหม่ให้ครอบคลุมถึงวิสาหกิจรายย่อย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศตั้งแต่ระดับฐานราก ทั้งนี้ ภาครัฐคาดหวังให้วิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดกลาง (MSME) เป็นช่องทางในการสร้างรายได้และก่อให้เกิดการสร้างงานเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตาม การดำเนินนโยบายในทางปฏิบัติกลับไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร ความช่วยเหลือค่อนข้างกระจุกตัวและไม่สามารถกระจายไปสู่ท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง MSME ไทยก็ยังไม่อาจมีการพัฒนาศักยภาพได้ตามที่รัฐคาดหวังไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม (MSE) ให้มีความมั่นคงก้าวหน้า ยกกระดับมาตรฐานสินค้าให้สามารถส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้ ในขณะที่ภาคเอกชนของไทยมีความสามารถไม่ด้อยไปกว่าประเทศอื่น ๆ มากนัก ซึ่งสาเหตุหลักที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนา MSME ไทย ส่วนใหญ่มาจากการดำเนินนโยบายและมาตรการขับเคลื่อน MSME ของภาครัฐและปัญหาในการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมในด้านอื่น ๆ โดยสามารถสรุปปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมของการพัฒนาธุรกิจ SME ได้หลายประการ อาทิ




² รายงานผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562).

- นโยบายของภาครัฐยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจน และไม่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงยังไม่มี การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง
- การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน และการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ มีการทำงานที่ซ้ำซ้อน เนื่องจากแต่ละหน่วยงานต่างทำหน้าที่ของตนไม่ได้ร่วมมือกันอย่างแท้จริง
- การขาดฐานข้อมูลเชิงลึกของ MSME ทั่วประเทศ และมี MSME นอกกระบบภาษีจำนวนมาก
- ผู้ประกอบการ MSME เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ค่อนข้างยากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ค่อนข้างสูง
- การกระจายอำนาจของหน่วยงานภาครัฐ ยังไม่กระจายไปสู่หน่วยงานท้องถิ่นอย่างทั่วถึง รวมถึง การดำเนินงานตามนโยบายของหน่วยงานต่าง ๆ เน้นการกำกับควบคุมมากกว่าการดูแล และส่งเสริม

ทั้งนี้ การนำเอาแบบอย่างนโยบายการส่งเสริม MSME ของต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ มาปรับใช้เพื่อเป็นแนวทาง นับเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจ MSME ไทย และสร้างความยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจรากฐานได้ ดังนั้น ภาครัฐจึงควรปรับเปลี่ยนนโยบายและกำหนด มาตรการส่งเสริม MSME ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น โดยการนำนโยบายส่งเสริมที่เคยมีการดำเนินการได้อย่างสัมฤทธิ์ ผลมาแล้วในต่างประเทศมาเป็นแบบอย่างในการสร้างนโยบายส่งเสริมภายใต้บริบทสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมในสังคมไทยที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมภาคธุรกิจ SME ไทยให้สามารถโดดเด่นในเวที การค้าระดับโลกต่อไป

ตารางที่ 6.2: ตัวอย่างแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการส่งเสริม MSME ของกลุ่มประเทศตัวอย่าง เปรียบเทียบกับแนวทางของประเทศไทย

ปัจจัยแวดล้อม	ประเทศ	Best Practices	รายละเอียด	หน่วยงานของไทย	ตัวอย่างแนวทางหรือโครงการ
กฎระเบียบ/ นโยบาย		มาตรการบังคับใช้กฎหมายส่งเสริม SME (SME Promotion Law)	กฎหมายกำหนดให้องค์กรภาครัฐทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME ต้องให้บริการข้อมูลที่จำเป็นและให้คำปรึกษาแก่ SME และเน้นการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น	สสว. และ สวทช.	<ul style="list-style-type: none"> • พรบ.ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม • ศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One Stop Service Center)
		หลักการ Three Equalities	สร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่าง SME	N/A	N/A
		A Legal and Regulatory Adjustment Data Exchange Platform	ศูนย์กลางการรับฟังข้อคิดเห็นจากมุมมองผู้ประกอบการ SME ต่อการออกกฎหมาย กฎเกณฑ์ หรือข้อบังคับต่าง ๆ	สสว. และ สวทช.	ศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One Stop Service Center)
		SME Market Development	อำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการนำเข้าส่งออก	พณ.	N/A
การตลาด		Government Procurement Law and other laws and regulations	กำหนดให้รัฐบาลที่ต้องการจัดซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ จากภาคเอกชน ต้องพิจารณาจัดซื้อจาก SME ก่อนธุรกิจขนาดใหญ่	N/A	N/A
		China International SMEs Fair	สนับสนุนให้กิจการขนาดใหญ่ร่วมมือกับ SME จัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อให้ SME เข้าสู่เวทีการแข่งขันระดับสากล	N/A	N/A
		การสนับสนุนการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ	ช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดเล็กให้สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศ โดยใช้ประสบการณ์และเครือข่ายของบริษัทขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง รวมถึงแต่งตั้งบริษัทที่ปรึกษาภาคเอกชน 153 แห่งในเขตเศรษฐกิจสำคัญของโลก และมอบหมายหน้าที่ให้ช่วยเหลือดูแล ให้คำแนะนำเฉพาะทางแก่วิสาหกิจ SME ที่ต้องการลงทุนและส่งออกสินค้า	สกท./พณ./สค./กสอ.	N/A
		One Town One Product	การพัฒนาอุตสาหกรรมพิเศษในท้องที่ให้ปลูกระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น และสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์เพื่อไปร่วมในงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ	พช.	<ul style="list-style-type: none"> • หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product)
		Corporate Identification System (CIS)	ช่วย SME ในการพัฒนาตราหือและความสามารถในการทำตลาดในต่างประเทศ การวางโฆษณาในสื่อต่างประเทศ การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายในต่างประเทศ การจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ	สสว.	<ul style="list-style-type: none"> • โครงการพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ SME • โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มศักยภาพสู่ตลาดสากล

ปัจจัยแวดล้อม	ประเทศ	Best Practices	รายละเอียด	หน่วยงานของไทย	ตัวอย่างแนวทางหรือโครงการ
การเงิน		มาตรการขจัดปัญหาทางการเงิน	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดให้ทุกมณฑลจัดตั้งสถาบันค้ำประกันสินเชื่อสำหรับ SME ส่งเสริมช่องทางการระดมทุนทางตรงผ่านตลาดหลักทรัพย์ NEEQ มาตรการ Fast-tracking ในการเสนอขาย IPO เน้นการพัฒนาตลาดหลักทรัพย์แห่งใหม่ ChiNext 	ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ/บสย.	N/A
		Made in China 2025	ภาครัฐให้เงินสนับสนุนโครงการที่ได้รับคัดเลือกและสอดคล้องกับนโยบาย โดยได้รับเงินร้อยละ 30-50 ของการลงทุนทั้งหมด	N/A	N/A
		กองทุนร่วมลงทุน	มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นคงในการร่วมทุนเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจ SME ดำเนินการโดยร่วมมือกับบริษัทร่วมลงทุนและห้างหุ้นส่วน	กค./ธพว.	N/A
		กองทุนค้ำประกันสินเชื่อเกาหลี (KCGF)	สินเชื่อค้ำประกันจากรัฐบาลเพื่อช่วยเหลือ SME ที่ไม่สามารถเข้าถึงเงินกู้ธนาคารจากการไม่มีสินทรัพย์ค้ำ	บสย.	N/A
		การสนับสนุนการลงทุนโดยตรงจากตลาดการเงิน	สนับสนุนช่องทางการระดมเงินทุน เช่น ตลาด Venture Capital และตลาดหลักทรัพย์ KOSDAQ	ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	N/A
		บริษัทเพื่อธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business Corporation)	สนับสนุนด้านการเงินให้กับวิสาหกิจที่อยู่ในระยะตั้งต้น วิสาหกิจที่ดำเนินงานเกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิสาหกิจที่เตรียมปรับโครงสร้างองค์กร	ธพว.	N/A
	การสนับสนุนทางการเงินเพื่อการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี R&D	รัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ SME จึงกำหนดให้เป็นนโยบายหลักของกระทรวง SMEs และ Startups และจัดให้มีโครงการความช่วยเหลือที่หลากหลาย	ธพว.	N/A	
		มาตรการสนับสนุนทางการเงินและการค้ำประกันสินเชื่อ เพื่อการทำนวัตกรรมและการเริ่มธุรกิจใหม่	การเพิ่มแหล่งเงินทุนแก่การทำนวัตกรรมเพื่อการปรับปรุงโอกาสการเริ่มธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยมีการรวมแหล่งเงินทุนภายนอก เสริมเข้ากับ credit guarantees ของ SME Credit Guarantee Fund เพื่อให้ SME มีแหล่งเงินทุนมากขึ้น	สสว./บสย./ธพว.	N/A
		Go Incubation Board for Startup and Acceleration Firms (GISA)	สนับสนุนการระดมเงินทุน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรม	สวทช./สนช.	N/A

ปัจจัยแวดล้อม	ประเทศ	Best Practices	รายละเอียด	หน่วยงานของไทย	ตัวอย่างแนวทางหรือโครงการ
		โครงการ Kredit Usaha Rakyat (KUR)	โครงการจัดสรรไมโครเครดิต (Microcredit) เพื่อธุรกิจขนาดเล็ก โดยใช้เงินกู้ค้ำประกัน (Loan guarantee) และเงินอุดหนุนอัตราดอกเบี้ย (Interest rate subsidy) เพื่อให้ธนาคารสามารถให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำแก่ SME ได้	ธพว.	N/A
ปัจจัยสนับสนุน		มาตรการสนับสนุนยกระดับและปรับโครงสร้างกิจการ SME	การลงทุนในส่วนวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ และการพัฒนาคุณภาพสินค้าในภาคการผลิต	สนช./สวทช./กสอ.	N/A
		มาตรการพัฒนาระบบบริการทางสังคม	ให้คำแนะนำและสนับสนุนตัวแทนภาคบริการเพื่อให้ข้อมูล การฝึกอบรม การลงทุน การตรวจสอบคุณภาพและการบริหารจัดการให้ SME	สสว.	N/A
		แผนพัฒนาศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ	รัฐบาลได้ออกแผนพัฒนาศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ ปี 2557-2572 เพื่อเพิ่มจำนวนและศักยภาพ เป้าหมายคือมีศูนย์บ่มเพาะ 732 แห่งในปี 2572	สวทช./กสอ.	N/A
		Ministry of SMEs and Startups (MSS)	กำหนดนโยบายและมีหน่วยงานในระดับภูมิภาค ประสานด้านการส่งเสริมระหว่างหน่วยงานและองค์กร ช่วยเหลือ SME เฉพาะทางที่มีความซับซ้อนน้อย มีภารกิจที่ชัดเจน	สสว.	N/A
		SME Development Fund	เพิ่มบทบาทสถานศึกษาและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ทั่วประเทศ ให้กลายเป็นศูนย์บ่มเพาะ SME	สสว.	ศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One Stop Service Center)
		การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะแห่งภูมิภาคสำหรับอุตสาหกรรมเฉพาะ	ช่วยให้ศูนย์บ่มเพาะสามารถบรรลุผลประโยชน์ที่เกิดจากการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม หรือ Industry Clusters	N/A	N/A
ทรัพยากรมนุษย์องค์ความรู้		นโยบายให้เงินอุดหนุน SME ที่ให้ออกาสแรงงานได้ทำงานในกิจการ	สนับสนุนให้เกิดการจ้างงานในกิจการ SME โดยให้ค่าตอบแทนช่วยผ่อนภาระให้แก่วิสาหกิจ และช่วยแก้ปัญหาการว่างงาน	N/A	N/A
		SME Online College	การดำเนินการในเชิงรุกในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งการสรรหาบุคลากรจากต่างประเทศ เพื่อเร่งกระบวนการพัฒนาบุคลากร	N/A	N/A
		SME Startup Accelerator	บริษัทใหญ่ให้ความช่วยเหลือ SME ให้ความรู้และเพิ่มศักยภาพของ SME ให้เติบโตอย่างยั่งยืน	N/A	N/A

หมายเหตุ: กค. คือ กระทรวงการคลัง

บสย. คือ บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม

สกท. คือ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

สนช. คือ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กสอ. คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

พช. คือ กรมการพัฒนาชุมชน

สค. คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สสว. คือ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธพว. คือ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

พณ. คือ กระทรวงพาณิชย์

สวทช. คือ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

N/A คือ Not Applicable (ไม่ระบุ)

6.3 แนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการส่งเสริม MSME ของกลุ่มประเทศตัวอย่าง

จากการศึกษากรณีศึกษาของต่างประเทศ รวมถึงแนวปฏิบัติที่ดีหรือ Best Practices ในการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา MSME ในกลุ่มประเทศตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ จีน ใต้หวัน เกาหลีใต้ และอินโดนีเซีย และสามารถสรุป Best Practices ในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

1) ด้านกฎระเบียบ/นโยบาย

ประเทศที่มีจุดเด่นในการส่งเสริมปัจจัยแวดล้อมทางด้านนโยบายและกฎระเบียบ คือ ประเทศจีน โดยรัฐบาลจีนได้ออกกฎหมายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-Sized Enterprises Promotion Law) บทบาทสำคัญของภาครัฐจึงเน้นการบังคับใช้กฎหมายส่งเสริม SME โดยมีการดำเนินการตามนโยบายปรับปรุงและกำหนดมาตรการเกี่ยวกับ SME การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนา SME การเพิ่มระดับความช่วยเหลือ การสนับสนุนและส่งเสริมนวัตกรรมทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การจัดโครงสร้างภาคการผลิตของ SME ให้ได้รับประโยชน์สูงสุด โดยใช้หลักการ Three Equalities สร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมระหว่าง SME และสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน รวมถึงมีกฎหมายกำหนดให้องค์กรภาครัฐทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SME ต้องให้บริการข้อมูลที่จำเป็นและให้คำปรึกษาแก่ SME และเน้นการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ทำให้สามารถพัฒนา SME ได้อย่างทั่วถึง

อีกหนึ่งประเทศที่มีแนวปฏิบัติที่ดีในการส่งเสริมปัจจัยแวดล้อมทางด้านนโยบายและกฎระเบียบ คือ ใต้หวันซึ่งเดิม SME ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากกฎเกณฑ์และข้อบังคับต่าง ๆ เอื้อต่อธุรกิจขนาดใหญ่ รัฐบาลใต้หวันจึงการปฏิรูปกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SME รวมถึงมีการจัดทำ A Legal and Regulatory Adjustment Data Exchange Platform เพื่อเป็นศูนย์กลางการรับฟังข้อคิดเห็นจากมุมมองผู้ประกอบการ SME ต่อการออกกฎหมาย หรือข้อบังคับต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและขยายโอกาสในการเติบโตให้แก่ SME

2) ด้านการตลาด

สำหรับแนวปฏิบัติที่ดีทางการตลาดที่น่าสนใจคือประเทศจีน ซึ่งมีการสนับสนุนทางการตลาดระหว่างประเทศผ่านนโยบาย SME Market Development ช่วยเหลือ SME อำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการนำเข้าส่งออก China International SMEs Fair สนับสนุนให้กิจการขนาดใหญ่ร่วมมือกับ SME จัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อให้ SME เข้าสู่เวทีการแข่งขันระดับสากล รวมถึงด้านการจัดซื้อ มีการบังคับใช้กฎหมาย Government Procurement Law and other laws and regulations ซึ่งกำหนดให้รัฐบาลที่ต้องการจัดซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ จากภาคเอกชน ต้องพิจารณาจัดซื้อจาก SME ก่อนการพิจารณาจัดซื้อจากธุรกิจขนาดใหญ่

ส่วนเกาหลีใต้ มีการสนับสนุนการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ ช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดเล็กให้สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศโดยใช้ประสบการณ์และเครือข่ายของบริษัทขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง รวมถึงแต่งตั้งบริษัทที่ปรึกษาภาคเอกชน 153 แห่งในเขตเศรษฐกิจสำคัญของโลก และมอบหมายหน้าที่ให้ช่วยเหลือดูแลให้คำแนะนำเฉพาะทางแก่ SME ที่ต้องการลงทุนและส่งออกสินค้า

อีกหนึ่งประเทศที่มีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจใกล้เคียงกับไทย รวมถึงมีแนวทางที่สามารถนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของไทยได้ คือ ไต้หวัน โดยไต้หวันให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมพิเศษในท้องถิ่นให้ปลุกระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น และสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (One Town One Product) เพื่อไปร่วมในงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งคล้ายคลึงกับ OTOP หรือหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทย แต่สินค้าของไต้หวันนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์และที่สำคัญคือมีมาตรฐานสามารถยกระดับไปสู่สากลได้ นอกจากนี้ ยังให้ความช่วยเหลือ SME ในการพัฒนาตราชี้ห่อและความสามารถในการตลาดในต่างประเทศ ผ่านระบบ Corporate Identification System (CIS) รวมถึงการวางโฆษณาในสื่อต่างประเทศ การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายและการจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ

3) ด้านการเงิน

จากการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่มาจากเทคโนโลยีดิจิทัล ประเทศไทยจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์โลก ควรนำแนวปฏิบัติที่ดีของประเทศจีน ซึ่งก็คือการปฏิรูปภาคการเงิน มาเป็นแนวทางในการสนับสนุนทางการเงินสำหรับ MSME โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนในประเทศ ซึ่งการปฏิรูปภาคการเงินนั้น จะช่วยให้ภาครัฐสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลที่อยู่บนแพลตฟอร์มดังกล่าวเพื่อนำมาวิเคราะห์ แก้ไขปัญหา และให้ความช่วยเหลือ MSME ต่อไป นอกจากนี้ จีนยังมีความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายในการส่งเสริมปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา SME ในด้านการเงิน รัฐบาลจีนได้ดำเนินมาตรการขจัดปัญหาทางการเงินในหลายด้าน ได้แก่ การกำหนดให้ทุกมณฑลจัดตั้งสถาบันกำกับสินเชื่อสำหรับ SME การส่งเสริมช่องทางระดมทุนทางตรงผ่านตลาดหลักทรัพย์ NEEQ การเสนอขาย IPO โดยใช้มาตรการ Fast-tracking เพื่อการระดมทุนที่สะดวกและรวดเร็ว ตลอดจนการพัฒนาตลาดหลักทรัพย์แห่งใหม่ ChiNext เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการระดมทุนสำหรับ SME และล่าสุดจีนได้ประกาศนโยบาย Made in China 2025 โดยมีอุตสาหกรรมเป้าหมายทั้งหมด 18 อุตสาหกรรม ซึ่งภาครัฐจะให้เงินสนับสนุนโครงการที่ได้รับคัดเลือก และสอดคล้องกับนโยบาย โดยได้รับเงินร้อยละ 30-50 ของการลงทุนทั้งหมด

นโยบายที่น่าสนใจในการส่งเสริม SME ด้านการเงินของเกาหลีใต้ นอกจากกองทุนร่วมทุนและการค้าประกันสินเชื่อแล้ว อีกหนึ่งนโยบายที่น่าสนใจคือ การสนับสนุนทางการเงินเพื่อการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี R&D สำหรับ SME เนื่องจากรัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ SME จึงกำหนดให้เป็นนโยบายหลักของกระทรวง SMEs และ Startups และจัดให้มีโครงการความช่วยเหลือที่หลากหลาย ได้แก่ The SMEs Technological Innovation Programme โครงการสนับสนุนค่าใช้จ่ายของ R&D เพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาในทางปฏิบัติ และผลักดันให้สินค้าหรือบริการที่พัฒนาขึ้นสามารถซื้อขายได้ภายใน 3 ปี

สำหรับไต้หวันมีการสนับสนุน SME ผ่านมาตรการสนับสนุนทางการเงินและการค้าประกันสินเชื่อ เพื่อการทำนวัตกรรมและการเริ่มธุรกิจใหม่ มีการเพิ่มแหล่งเงินทุนแก่การทำนวัตกรรมเพื่อการปรับปรุงโอกาสการเริ่มธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยมีการรวมแหล่งเงินทุนภายนอก เสริมเข้ากับ Credit Guarantees ของ SME Credit Guarantee Fund เพื่อให้ SME มีแหล่งเงินทุนมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนการระดมเงินทุนผ่านองค์กรที่มีชื่อว่า Go Incubation Board for Startup and Acceleration Firms (GISA) เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรมอีกด้วย

นอกจากนี้ อินโดนีเซีย ยังมีแนวทางการส่งเสริมด้านการเงินที่เป็นแบบอย่างที่ดี คือการจัดทำโครงการ Kredit Usaha Rakyat (KUR) ซึ่งเป็นโครงการสนับสนุนด้านการเงินของ SME โดยเป็นโครงการจัดสรรไมโครเครดิต (Microcredit) เพื่อธุรกิจขนาดเล็ก โดยใช้เงินกู้ค้ำประกัน (Loan Guarantee) และเงินอุดหนุนอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Subsidy) เพื่อให้ธนาคารสามารถให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำแก่ SME ได้ โดยโครงการ KUR และนโยบายสนับสนุนต่าง ๆ ทำให้เจ้าของธุรกิจ SME สามารถเข้าถึงเงินทุนได้มากขึ้น ทำให้เกิดการจ้างงานรวมไปถึงสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกัน การที่โครงการ KUR มีการใช้งบประมาณมากที่สุดในโครงการสนับสนุน SME จึงทำให้เกิดประเด็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าและความยั่งยืนของโครงการอีกด้วย

4) ด้านปัจจัยสนับสนุน

การพัฒนา SME ของจีนเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญเพื่อให้เป็นรากฐานของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้กำหนดมาตรการเพื่อส่งเสริมและปกป้องการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศที่มีศักยภาพสูงกว่าได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้จีนมีความเจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว

สำหรับการพัฒนา SME ผ่านสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น จีนเป็นประเทศหนึ่งที่ก้าวสู่การเป็นผู้นำอันดับต้นของโลกโดยเฉพาะด้านธุรกิจการค้าบนสื่อออนไลน์หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้ตลาดมีการขยายตัวอย่างกว้างขวางทั้งในและระหว่างประเทศ ตลอดจนรัฐบาลจีนยังให้ความสำคัญกับการปกป้อง SME โดยมีแนวทางและวิธีปฏิบัติในเชิงกีดกันและลดความเสียหายเปรียบในเชิงการแข่งขันของ SME ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากนักลงทุนต่างประเทศที่จะเข้าไปทำธุรกิจในประเทศจีน อาทิ มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-tariff Barriers: NTBs) และการมีกฎระเบียบของแต่ละเมืองและมณฑล เป็นต้น³

สำหรับด้านปัจจัยสนับสนุนในอินโดนีเซีย ภาครัฐได้ออกแผนพัฒนาศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2557–2572 เพื่อเพิ่มจำนวนและศักยภาพ เป้าหมายคือการมีศูนย์บ่มเพาะฯ 732 แห่ง ในปี พ.ศ. 2572 จาก 75 แห่งในปี พ.ศ. 2557 ประเมินการจากแผนการสร้างอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 100 แห่ง รวมไปถึงมีการดำเนินการสร้างมาตรฐานและการออกไปอนุญาตให้แก่ศูนย์บ่มเพาะ

ได้หวั่นนั้น ได้หวั่นให้มีความสำคัญกับการเพิ่มบทบาทของสถานศึกษาให้กลายเป็นศูนย์บ่มเพาะ SME โดยมีการจัดตั้ง SME Development Fund ให้การสนับสนุนทางการเงินแก่สถานศึกษาและสถาบันวิจัยทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มบทบาทในการเป็นศูนย์กลางการบ่มเพาะ ส่งเสริม ตลอดจนให้คำแนะนำในการดำเนินธุรกิจแก่ SME โดยจัดให้มีหลักสูตรสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ การมีชมรมผู้ประกอบการเพื่อสร้างเครือข่ายธุรกิจ และสร้างโอกาสในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจและผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีจำนวนและประสิทธิผลมากขึ้น

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาธารณรัฐประชาชนจีน. (2562)

เกาหลีใต้ถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีปัจจัยสนับสนุนและโครงสร้างพื้นฐานที่ดีสำหรับ MSME โดยการจัดตั้งกระทรวง SMEs และ Startups (The Ministry of SMEs and Startups: MSS) เพื่อเป็นศูนย์กลางการวางแผนและติดตามผลการดำเนินนโยบาย โดยนับตั้งแต่การจัดตั้งกระทรวงในปี 2560 ที่ผ่านมา การขับเคลื่อนนโยบายเกี่ยวกับ SME ในประเทศเกาหลีใต้ สามารถดำเนินไปอย่างเต็มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีการกำหนดนโยบายที่ระบุกลุ่มเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน (Targeted Policy) ทำให้สามารถผลักดันและแก้ไขปัญหาให้แก่ SME ได้อย่างตรงจุด

5) ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้

เมื่อการบริหารทรัพยากรบุคคลเข้ามามีบทบาทในธุรกิจ SME และสามารถช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายจากการจัดการที่มีประสิทธิภาพและช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจได้ ประเทศที่เล็งเห็นความสำคัญในด้านการพัฒนาแรงงานและทรัพยากรมนุษย์ และมีแนวปฏิบัติที่ดีที่ไทยสามารถนำมาเป็นแนวทางได้ คือประเทศจีน ซึ่งมีมาตรการให้เงินอุดหนุน SME ที่ให้โอกาสแรงงานได้ทำงานในกิจการ โดยภาครัฐจะให้ค่าตอบแทนแก่ SME ซึ่งเป็นการช่วยผ่อนภาระค่าใช้จ่ายของ SME สนับสนุนให้เกิดการจ้างงานและช่วยแก้ปัญหาการว่างงานอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ จีนยังมีมาตรการพัฒนาระบบบริการสังคม โดยการให้คำแนะนำและสนับสนุนตัวแทนภาคบริการเพื่อให้ข้อมูล การฝึกอบรม การลงทุน การตรวจสอบคุณภาพและการให้บริการด้านการจัดการและบริหารธุรกิจ SME ด้วย

ส่วนไต้หวัน มีการดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และเน้นการพัฒนาทางการศึกษา โดยมีการจัดตั้ง SME Online College เพื่อบ่มเพาะและพัฒนาทักษะความรู้ให้ SME สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้สะดวกและทั่วถึง รวมถึงมีการสรรหาบุคลากรจากต่างประเทศ เพื่อเร่งกระบวนการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ SME นอกจากนี้ บริษัทขนาดใหญ่ในไต้หวันยังให้ความช่วยเหลือ SME โดยมีการจัดตั้ง SME Startup Accelerator เพื่อให้ความรู้และพัฒนาศักยภาพของ SME ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ แนวปฏิบัติที่ดีของกลุ่มประเทศตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ประเทศไทยอาจนำนโยบายหรือมาตรการบางส่วนมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจของประเทศได้ และเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินโครงการที่มีอยู่เดิม ซึ่งไทยมีโครงการสนับสนุน MSME มากมาย ทั้งที่เกิดจากการจัดสรรงบประมาณภาครัฐและการร่วมมือกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายต่าง ๆ โดยมีตัวอย่างโครงการหลัก ๆ ที่สนับสนุน MSME ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง 2563 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.3: ตัวอย่างโครงการของไทยที่สนับสนุน MSME ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – 2563

ตัวอย่างโครงการ	
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	
-	โครงการพัฒนาช่องทางตลาดสำหรับผู้ประกอบการ SME
-	ระบบลงทะเบียน SME เพื่อเข้ารับบริการ
-	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ SME Startup
-	โครงการพัฒนาผู้สุดยอดเอสเอ็มอีจังหวัด (SME Provincial Champions) ในการก้าวสู่ Thailand 4.0
-	โครงการส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับ SME
-	โครงการประกวด SME National Awards & Start up Awards

ตัวอย่างโครงการ
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ตลาดสากล (ด้าน Shelf life/Design/Packaging)
- โครงการสนับสนุนเครือข่าย SME
- โครงการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจระดับเติบโต (SME Strong/Regular Level)
- โครงการศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจร (SME One-stop Service Center: OSS)
- งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center)
- โครงการ SMEONE
- โครงการสร้างศักยภาพในการแข่งขันของ SME ไทยด้วยนวัตกรรมและการตลาด (TOMMI)
- โครงการประชารัฐเพื่อวิสาหกิจชุมชน
- โครงการ TRAIN THE COACH/ Train the Coach : Accelerator 4.0
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ธุรกิจชุมชน ตามแนวพระราชดำริ
- โครงการปั้นดาว
- กิจกรรมเจรจาสร้างเครือข่าย SMEs ไทย-ตุรกี & พบปะ Importer ตุรกี
- THAI AIM 2018 : Thai Access to International Markets Competition
- ทวีคูณโอกาสไปกับองค์การสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง
- SME IDOL 2019
- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (Early-Stage) ปี 2562
- การประกวดรางวัลสุดยอด SME แห่งชาติ ครั้งที่ 11 และการประกวดรางวัล SME Start up ครั้งที่ 3
- โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ SME ในเครือข่ายธุรกิจอาหารด้วยระบบมาตรฐานสากล ปี 2562
- โครงการยกระดับมาตรฐานสินค้า ปิงปองประมาณ 2562
สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)
- เงินอุดหนุนเพื่อการใช้บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ (Consulting Subsidy) 50%
- เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ (Loan Subsidy) เพื่อการพัฒนาเทคโนโลยี และวิจัยพัฒนา
- กองทุนเพื่อการวิจัย พัฒนาและนวัตกรรม (STI)
สสว.และสวทช.
- ศูนย์ให้บริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One Stop Service Center) เช่น สวทช. และ iTAP และศูนย์บริการของ สสว.
ศูนย์ลงทุนสวทช. และกองทุนสสว.
- การร่วมลงทุน (Venture Capital)
สวทช.และกรมสรรพากร
- การลดหย่อนภาษี (Tax Cut) การวิจัยพัฒนา (R&D) 200%
สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
- การยกเว้นภาษี (Tax Exemption) เงินได้นิติบุคคล (สูงสุด 8 ปี) และอากรวัตถุดิบเพื่อการส่งออก

จากการศึกษาแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) ในการส่งเสริม MSME ของกลุ่มประเทศตัวอย่างสำหรับตัวอย่างข้างต้น และโครงการที่ไทยมีอยู่ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า ไทยสามารถดำเนินการจัดทำความร่วมมือระหว่างเกาหลีใต้และไต้หวันได้ โดยนำแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practices) มาปรับใช้เพื่อลดช่องว่าง (GAP) และอุปสรรคในการดำเนินงานของ สสว. ในปัจจุบัน ดังตัวอย่างเช่น

ตัวอย่างความร่วมมือระหว่างไทยและไต้หวัน ได้แก่ 1) การพัฒนาสินค้าท้องถิ่น หรือหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ให้เข้มแข็ง โดยการเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากไต้หวัน มาให้คำแนะนำ และร่วมพัฒนาสินค้าท้องถิ่นของไทยให้มีมาตรฐานและศักยภาพในการแข่งขันในระดับสากล 2) การนำแนวคิดของไต้หวันเกี่ยวกับ One Town One Product มาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทและทรัพยากรที่มีอยู่ของไทย โดยส่งเสริมให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการพัฒนารูปแบบสินค้า และการส่งเสริมการตลาด เพื่อยกระดับสินค้าไทยให้มีเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ ทั้งนี้ ควรทำให้ไต้หวันตระหนักว่า SME ไทยเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีจำนวนมากและมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมถึงยังสามารถขยายไปยังประเทศเพื่อนบ้านและระดับภูมิภาคต่อไปได้ 3) การร่วมเป็นพันธมิตรร่วมทุนกัน (Venture Capital) โดยใช้จุดแข็งทางด้านวัตถุดิบของไทย เป็นต้น

ตัวอย่างความร่วมมือระหว่างไทยและเกาหลีใต้ ได้แก่ 1) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยสนับสนุนผู้ประกอบการรายเล็กให้สามารถเติบโตได้ กระทบสามารถยกระดับสินค้าให้มีศักยภาพ และสามารถแข่งขันได้ โดยควรสนับสนุนตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เช่น การอบรมให้ความรู้ การให้เงินทุนสนับสนุน โดยการเป็นคู่ค้าหรือการร่วมทุน การส่งเสริมการตลาด การร่วมวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของตลาดในต่างประเทศได้ ทั้งนี้ ด้วยวัฒนธรรมของเกาหลีใต้อาจเป็นไปได้ยากที่จะทำให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้จากเกาหลีใต้สู่ไทย 2) การพัฒนา Smart City ในไทย โดยใช้จุดแข็งของเกาหลีใต้ทางด้านเทคโนโลยีและการออกแบบผังเมือง โดยการเชิญผู้เชี่ยวชาญของเกาหลีใต้ มาอบรมและถ่ายทอดความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้แก่คนไทยในการทำ Smart City เป็นต้น

6.4 บทวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของ MSME ไทย (SWOT Analysis)

จากการศึกษาข้อมูลการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมสำหรับ MSME ไทย ทั้งการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสำรวจข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมระดมความคิดเห็น สามารถวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำมากำหนดเป็นแนวทางที่เหมาะสมต่อการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อม โดยมีรายละเอียดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในภาพรวม ดังภาพที่ 6.2

ภาพที่ 6.2: สรุปการวิเคราะห์ SWOT



● จุดแข็ง (Strength)

MSME ของไทย มีจุดเด่นที่สำคัญคล้ายคลึงกับวิสาหกิจในประเทศต่าง ๆ เนื่องด้วยขนาดของธุรกิจที่ไม่ใหญ่และโครงสร้างองค์กรที่ไม่ซับซ้อนมากนัก จึงทำให้มีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ สามารถปรับตัวได้ในสถานการณ์ทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงการมีภูมิปัญญาท้องถิ่นและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยเฉพาะงานฝีมือและงานบริการ ทำให้วิสาหกิจเหล่านี้มีความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ อาทิ สินค้าหัตถกรรมและบริการของไทย อาหารไทย และการบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งวิสาหกิจที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพเหล่านี้ สามารถส่งเสริมและผลักดันให้ขยายไปสู่ตลาดในระดับสากลได้

- **จุดอ่อน (Weakness)**

เนื่องจากปัญหาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การบูรณาการฐานข้อมูล และการปรับตัวต่อเทคโนโลยีดิจิทัลของผู้ประกอบการไทย ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการขาดความกระตือรือร้นในการเรียนรู้และขาดการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสนับสนุนให้ความช่วยเหลือจากภาครัฐยังไม่ทั่วถึง จึงส่งผลกระทบต่อความรู้ความเข้าใจในกฎหมายและกฎระเบียบในการดำเนินธุรกิจ การบริหารการเงินและการบัญชี และการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่กระบวนการใช้บริการจากภาครัฐ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อมลดลง ตลอดจนการขาดการรับรู้และการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาด ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการวิเคราะห์ศักยภาพและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของตน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

นอกจากนี้ วิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อมของไทยที่อยู่ภาคการผลิตส่วนใหญ่ มีลักษณะรับจ้างผลิต (OEM) และยังมีสินค้าที่เป็นแบรนด์ของตนเอง จึงมีข้อเสียเปรียบทางด้านต้นทุนและไม่สามารถยกระดับขีดความสามารถได้ ซึ่งมีสาเหตุหลัก ๆ อาทิ การดำเนินธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องใช้ความรู้และเทคโนโลยีเป็นฐานในการแข่งขัน ทำให้ไม่มีความตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยีเท่าที่ควร และไม่สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อจำกัดทางด้านเงินทุนเพื่อการออกแบบ ทดสอบ วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และขาดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น

- **โอกาส (Opportunity)**

ระบบการค้าเสรี ทำให้เกิดการขยายตัวของตลาดส่งออก อาทิ การทำข้อตกลง FTA ทำให้ SME ได้รับผลประโยชน์จากการค้าภายในกลุ่มข้อตกลง และกลุ่มเศรษฐกิจอื่นที่ให้ความสำคัญกับสินค้าของไทยมากขึ้น ในฐานะที่เป็นประเทศศูนย์กลางของอาเซียน และเป็นประเทศผู้ขับเคลื่อนที่สำคัญสู่ตลาดเอเชีย โดยเฉพาะการเชื่อมโยงกับประเทศจีนและอินเดียซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ทั้งด้านการค้า การบริการและการลงทุน

แนวโน้มการประกอบธุรกิจสมัยใหม่ที่หลากหลายรูปแบบนั้นเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจไทย เช่น การซื้อขายสินค้าออนไลน์ (E-commerce) การจัดซื้อแบบ Global Outsourcing หรือการกระจายงานที่ไม่ใช่กิจกรรมของธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งก่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจในลักษณะของผู้รับช่วงการผลิต (Sub-Contracting) รวมถึงการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาไทย อันมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยและกระแสมความนิยมของผู้บริโภค ทำให้เกิดการเชื่อมโยงกลุ่มธุรกิจเป็นเครือข่ายใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่เต็ม ผสมผสานกับรูปแบบธุรกิจสมัยใหม่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เช่น แพลตฟอร์มสินค้าท้องถิ่นเพื่อท้องถิ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ วิสาหกิจไทยยังได้รับโอกาสจากนโยบายรัฐที่ให้ความสำคัญและสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อย และขนาดย่อมซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการจ้างงาน การสร้างรายได้ และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ทั้งนี้ รัฐบาลเป็นผู้กำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงหน่วยงานปฏิบัติการต่าง ๆ ย่อมต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อมมากขึ้น

● อุปสรรค (Threats)

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการเปิดเสรีทางการค้า นอกจากจะเป็นโอกาสที่ทำให้ธุรกิจมีการเติบโตและขยายตัวได้มากขึ้นแล้ว ยังถือเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งต่อความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจที่มีขนาดเล็กมากจนไม่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงและรุนแรงได้ รวมถึงการมีข้อตกลงทางการและมาตรการกีดกันทางการค้าในตลาดต่างประเทศนั้น ยังทำให้ระบบการค้าโลกมีความซับซ้อนมากขึ้น สาเหตุจากความแตกต่างกันของข้อตกลงและกฎเกณฑ์ของแต่ละประเทศ ทำให้ธุรกิจเอกชนต้องปรับตัวและต้องมีการเข้าถึงฐานข้อมูลที่ครบถ้วนและเหมาะสม ผ่านการสนับสนุนของภาครัฐ โดยการสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางหรือแพลตฟอร์มที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ คือสามารถให้ผู้ประกอบการเข้าถึงได้ง่ายและเข้าถึงได้ในวงกว้าง นอกจากนี้ กระแสโลกาภิวัตน์ในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม Green Economy และมาตรฐานของสินค้า ยังเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากเป็นการเพิ่มภาระให้ผู้ประกอบการในหลายธุรกิจ อาทิ ผู้ผลิตสินค้าต้องตระหนักถึงความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ธุรกิจผลิตสินค้าบางประเภทต้องลงทุนกับเทคโนโลยีหรือวัตถุดิบที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นทั้งในส่วนกระบวนการผลิต และการวิจัยและพัฒนา (R&D) เป็นต้น

6.5 แนวทางการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมสำหรับวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อมสำหรับประเทศไทย

ประเทศไทยมีการสนับสนุน MSE ในด้านต่าง ๆ หลายแนวทางซึ่งใกล้เคียงกับกรณีของประเทศกลุ่มตัวอย่าง Best Practices แต่ยังไม่มีการสนับสนุนในบางด้านอย่างเป็นรูปธรรม หรือยังไม่มีหน่วยงานใดเป็นผู้รับผิดชอบหลักอย่างชัดเจน ทำให้มีการทำงานทับซ้อนกัน การช่วยเหลือส่วนใหญ่เป็นไปตามงบประมาณที่ได้รับ ซึ่งบางครั้งส่งผลให้ไม่มีความต่อเนื่องในการสนับสนุน รวมถึงการติดตามและประเมินผลหลังจากให้ความช่วยเหลือนั้นเน้นการวัดผลในเชิงปริมาณ แต่ยังไม่เห็นผลในเชิงคุณภาพอย่างชัดเจน ทำให้ไม่สามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด

จากการศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีในการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมของต่างประเทศ และการวิเคราะห์ศักยภาพและสภาพแวดล้อมของ MSE ไทยแล้ว นอกจากปัญหาที่เกิดจากข้อจำกัดของผู้ประกอบการเอง ยังเกิดจากปัจจัยอื่นที่ได้รับผลกระทบภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งก่อให้เกิดทั้งความท้าทายและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจหลายประการ ทั้งนี้ นโยบายและมาตรการเพื่อส่งเสริม MSE ตามแนวปฏิบัติที่ดีของต่างประเทศ สามารถนำมากำหนดทิศทางและนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจรายย่อยและขนาดกลางของประเทศไทย โดยจะต้องได้รับการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ของไทยจากภาครัฐด้วย ซึ่งสามารถสรุปเป็นแนวทางที่สามารถนำมาปรับใช้ได้ดังนี้

1. การสนับสนุนทางด้านกฎระเบียบและนโยบาย โดยมีการปรับแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบบางประการ เพื่อลดขั้นตอนและอำนวยความสะดวกในการใช้บริการภาครัฐ และมีการบังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ อย่างจริงจังและทั่วถึง

2. การจัดสรรงบประมาณให้มีความสอดคล้องกับทิศทางและเป้าหมายของประเทศ โดยการสนับสนุนนั้นควรมีความต่อเนื่องและเหมาะสม จัดให้มีหน่วยงานบริหารจัดการที่มีบทบาทชัดเจน ลดการทำงานทับซ้อนระหว่างหน่วยงาน
3. การบูรณาการข้อมูลและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างการรับรู้ ทั้งในด้านองค์ความรู้ กฎหมายและกฎระเบียบ รวมถึงการให้บริการและนโยบายความช่วยเหลือจากภาครัฐ
4. การให้การสนับสนุนทางการเงิน โดยเฉพาะการเพิ่มศักยภาพในการบริหารการเงิน การอำนวยความสะดวกในการระดมทุนจากตลาดหลักทรัพย์ และการเพิ่มช่องทางในการระดมทุนหรือ Venture Capital Fund
5. การยกระดับขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการ สนับสนุนให้เกิดการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร เพิ่มความแข็งแกร่งในด้านการตลาด เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่าย ขยายตลาดในต่างประเทศ สร้างสื่อกลางเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการสนับสนุนให้ภาครัฐอุดหนุนสินค้าและบริการของ MSE เป็นต้น
6. การส่งเสริมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงการสนับสนุนการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อปกป้องสิทธิของ MSE และเสริมสร้างให้ MSE มีศักยภาพและสามารถแข่งขันได้
7. การพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ และผลักดันนวัตกรรมสู่เชิงพาณิชย์
8. การกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ และสนับสนุนเงินทุนในการสร้างธุรกิจใหม่ รวมถึงการสร้างเครือข่ายการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ และการบ่มเพาะทางธุรกิจ
9. การสนับสนุนทางด้านแรงงานและทรัพยากรมนุษย์ ทั้งด้านองค์ความรู้ การพัฒนาทักษะ และการปรับเปลี่ยนทักษะ (Upskill & Reskill) เพื่อแก้ปัญหาคุณภาพและการขาดแคลนแรงงาน
10. การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ หน่วยงานต่าง ๆ ผู้ประกอบการ MSE สถาบันวิจัย สถานศึกษา และมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้ จากปัจจัยแวดล้อมของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และโดยเฉพาะเทคโนโลยี ความก้าวหน้าทางเทคนิคนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ เป็นปัจจัยที่เปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจ และยังเป็นกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก ซึ่งการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน นอกจากการสนับสนุนและการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่ดีจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้ว ปัจจัยจากตัวผู้ประกอบการเองก็เป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีทัศนคติความเป็นผู้ประกอบการ และทักษะพื้นฐานที่สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอย่างกะทันหัน เพื่อยกระดับธุรกิจเป็น Smart MSE ที่มีศักยภาพและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

บทที่ 7

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อม
ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อย
และวิสาหกิจขนาดย่อม

7

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและยกระดับ ปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม

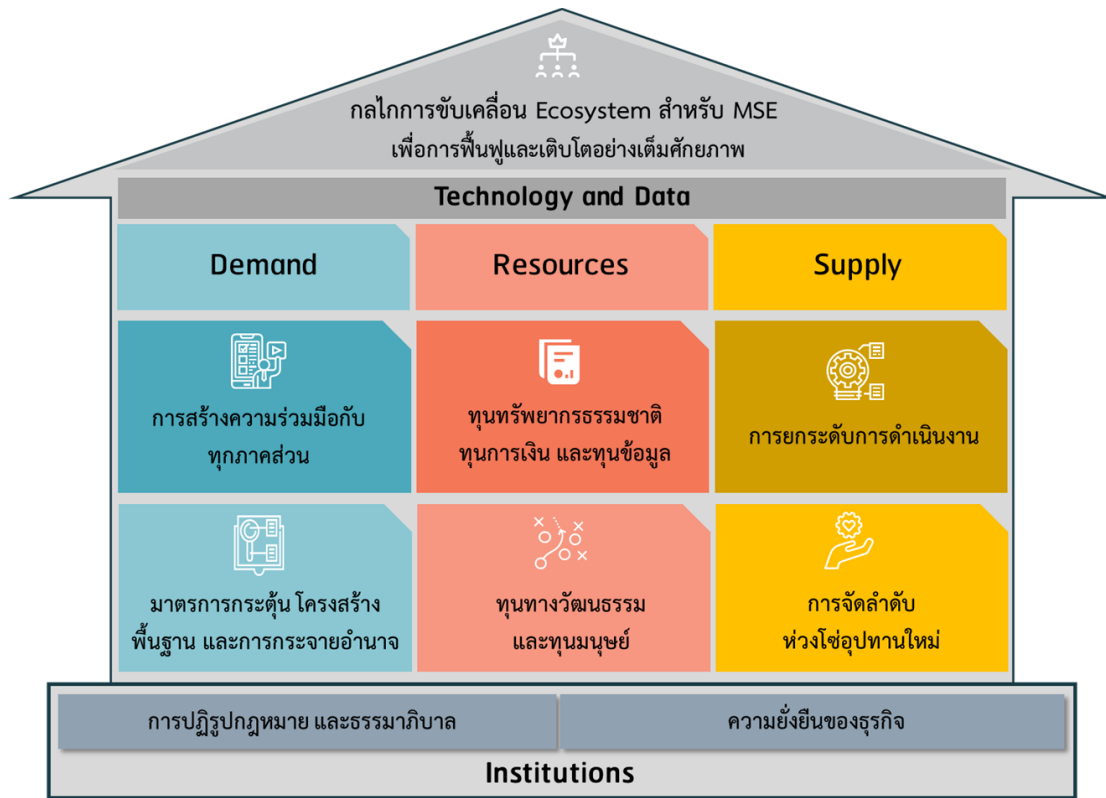
ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อยและวิสาหกิจขนาดย่อม มี 4 ประเด็นหลักที่น่าสนใจ ได้แก่ 1) กลไกการขับเคลื่อน Ecosystem สำหรับ MSE 2) การสร้าง Digital Platform ของ MSE Ecosystem และ 3) การกำหนดเป้าหมายในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ 4) แผนปฏิบัติการเพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

7.1 กลไกการขับเคลื่อน Ecosystem สำหรับ MSE

ภายใต้แนวคิด “การฟื้นฟูและการเติบโตที่เต็มศักยภาพ” (Full Potential Revival and Growth) เพื่อนำความเป็นไปได้ที่บุคคล กิจการ สถาบัน รัฐบาล ที่ไม่เคยใช้มาก่อนไปสู่การเปลี่ยนแปลงใหม่ หลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหัน ซึ่งในแต่ละภาคส่วนมีมุมมองและประสบการณ์ร่วมที่แตกต่างกัน แต่ทุกคนต้องการวิสัยทัศน์การขับเคลื่อนที่สูงขึ้น โดยเฉพาะการรับรู้และกระบวนการเตรียมความพร้อมที่นำไปสู่การฟื้นฟูและการคิดค้นใหม่ โดยข้อปฏิบัติที่มีเป้าหมายให้การเติบโตเกิดขึ้นอย่างจริงจังในระยะกลางถึงระยะยาวต้องอาศัยวิสาหกิจรายย่อยและขนาดย่อม (MSE) เป็นกลไกสำคัญ

- ในระยะสั้นทุกกลุ่มทุกภาคส่วนและทุกพื้นที่ที่มีความตระหนักรู้ว่าวิกฤตินี้ หากสามารถฟื้นฟูได้อย่างรวดเร็วและการเติบโตที่ดีจะตามมา
- การจัดการกับอุปสรรคเหล่านี้ องค์กรทุกภาคส่วนและ MSE จะขับเคลื่อนไปได้ ต้องฟื้นฟูได้เร็วขึ้น ทำให้เศรษฐกิจมีความครอบคลุมมากขึ้นและบรรลุศักยภาพทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นในระยะกลาง
- “ความคิดที่เต็มไปด้วยศักยภาพ” จะต้องมีแนวทางการดำเนินการที่ทำงานร่วมกัน องค์กรและสังคม โดยใช้เทคโนโลยีคิดใหม่และกำหนดค่าใหม่สำหรับความสำเร็จระยะยาว

ภาพที่ 7.1: House of MSE Ecosystem Mechanism



ที่มา: มุลนิธิ สวค.

1. การสร้างข้อมูลและเทคโนโลยีแพลตฟอร์ม (Data and Technology Platform) และการสร้างศูนย์ข้อมูลกลางหนึ่งเดียว (Dashboard) ภายใต้การบูรณาการข้อมูล MSE อย่างเป็นระบบของ สสว. ทำให้เห็นการเข้าและออก (Flow) การเปลี่ยนแปลงของ MSE คงค้าง (Stock) การจัดการข้อมูลและแบ่งปันข้อมูลให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ MSE ในการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีจากฐานข้อมูลเดียวกัน ที่สำคัญการสร้างวัฒนธรรมการบันทึกข้อมูลให้มีชีวิต (Updating) จะช่วยให้การดำเนินงานเห็นพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงของ MSE อย่างเป็นระบบ
 - 1.1 การจัดการ Data Engineering ให้เป็นระบบ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ในมิติต่าง ๆ ที่สำคัญ
 - 1.2 การจัดการ Open Source ให้สถาบันการศึกษา Startup และหน่วยวิจัยและพัฒนาสามารถเข้าถึงข้อมูลในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในวงกว้าง
 - 1.3 การเชื่อมโยงเทคโนโลยีที่สามารถสร้างการรับรู้ (Perception) และการเตรียมความพร้อม (Readiness) ให้กับผู้ประกอบการ MSE ในฐานข้อมูลกลางหนึ่งเดียว ทั้งในลักษณะ Online และ Offline
 - 1.4 การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ที่เกิดจากการใช้ข้อมูลซึ่งกันและกัน โดยการถอดบทเรียนจากการดำเนินงานที่สามารถสร้างผลกระทบในวงกว้าง เพื่อเป็นต้นแบบและ/หรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับศักยภาพและพื้นที่
 - 1.5 การลดต้นทุนการเข้าถึงแหล่งข้อมูล (B2B) ของ Startup เพื่อให้มีระยะเวลาการพักตัวเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

2. การจัดการด้านอุปสงค์ (Demand Driven) ให้ความสำคัญกับการเลือกสาขาการผลิตและ/หรือบริการที่อยู่ในกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ และให้ความสำคัญกับการเคลื่อนที่และหมุนเวียนสับเปลี่ยนกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการส่งต่อสินค้าและบริการกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มการค้ามาร์เก็ตเพลส (Market Place) สมัยใหม่รวมทั้ง Social Media และการขนส่งพัสด่วน (Courier) ระหว่างภูมิภาค ความสำเร็จของการขนส่งและโลจิสติกส์รวมทั้งระบบการชำระเงินสมัยใหม่ (E-Wallet)
 - 2.1 การสร้างความร่วมมือทุกภาคส่วน (การดึงทุกภาคส่วนของสังคมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในประเทศมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 60 ของ GDP ดังนั้น การเพิ่มขึ้นของความต้องการใช้จ่ายใช้สอยภาคเอกชนจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในขณะที่การใช้จ่ายภาครัฐมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 20 ก็จะช่วยให้มีอุปสงค์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยให้การจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐที่มีกฎระเบียบต่อการบริโภคสินค้าและบริการในประเทศมากขึ้น
 - 2.2 การออกมาตรการกระตุ้น (Stimulus) ในระยะสั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง สำหรับผู้ประกอบการ MSE ที่ได้รับผลกระทบจาก Covid-19 ซึ่งเป็นกลุ่มเปราะบางมีความจำเป็นจะต้องได้รับการเยียวยา โดยเฉพาะด้านค่าใช้จ่ายคงที่และสินเชื่อกับสถาบันการเงิน นอกจากนี้ มาตรการกระตุ้นในระยะกลางจากภาครัฐจะเป็นเครื่องจูงใจพฤติกรรมของผู้ประกอบการ MSE ให้มีการปรับสินค้าและบริการให้เป็นไปในแนวทางที่สามารถอยู่ในอุตสาหกรรมหรือบริการที่แข่งขันได้ผ่านทางมาตรการการกระตุ้นรูปแบบพิเศษเฉพาะเรื่อง ตามเป้าหมายการส่งเสริมของภาครัฐสำหรับในระยะยาวการกระตุ้นอุปสงค์ที่มีลักษณะที่เน้นให้เกิดการพัฒนาทักษะของแรงงานและเทคโนโลยี
 - 2.3 การเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ทั้งในแง่ของทางด้านกายภาพ (Physical) และความรู้ (Knowledge) ซึ่งจะช่วยกระตุ้นอุปสงค์มวลรวมในปีแรกที่มีการลงทุนหรือมีการใช้จ่ายด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน หลังจากนั้นก็จะก่อให้เกิดการสะสมทุนในระบบเศรษฐกิจที่เอื้อสำหรับผู้ประกอบการ MSE โดยเฉพาะ ซึ่งจะส่งผลต่อผลิตภาพการผลิต (Productivity) และความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ในระยะกลางและระยะยาว
 - 2.4 การกระจายอำนาจ (Decentralization) การมอบหมายหน้าที่และอำนาจให้กับส่วนราชการท้องถิ่นในการดำเนินการกิจกรรมการช่วยเหลือและพัฒนาผู้ประกอบการ MSE ซึ่งลักษณะเด่นของท้องถิ่นที่ได้รับการกระจายอำนาจคือ ความเข้าใจกิจกรรมทางเศรษฐกิจในเชิงพื้นที่ การมีองค์ความรู้ในศักยภาพของวิถีชุมชน การเข้าถึงทรัพยากร และเครือข่ายการพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานราก วิสาหกิจชุมชน การเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบผสมผสาน ทั้งการท่องเที่ยวและการเกษตรแปรรูป
 - 2.5 การสร้างแพลตฟอร์มตลาดใหม่ (Emerging Market) ในประเทศกำลังพัฒนาที่รายได้กำลังก้าวกระโดด โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ MSE ที่มีความพร้อมสามารถเข้าถึงตลาดที่กำลังเติบโตสูงแต่ระดับรายได้ต่ำกว่าประเทศไทย โดยเฉพาะใน CLMV บังคลาเทศ ศรีลังกา อินเดีย ปากีสถาน และอิหร่าน เป็นต้น เนื่องจากประเทศเหล่านี้ยังมีความต้องการสินค้าและบริการคุณภาพจากประเทศไทยในราคาที่สามารถจ่ายได้

3. การบริหารทรัพยากร (Resource) ในมิติของการขับเคลื่อนผู้ประกอบการ MSE ที่มีความหลากหลาย และมีแหล่งของความคิด จุดกำเนิดของสินค้าและบริการ รวมถึงการประกอบกิจการที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม การสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ MSE ล้วนแล้วแต่อยู่บนพื้นฐานที่สำคัญของทุน (Resources Capital) ซึ่งมีศักยภาพที่แตกต่างกัน ในปัจจุบันการครอบครองและการจัดการข้อมูลที่ดี มีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และสามารถนำไปวิเคราะห์ขั้นตอนการเกิดขึ้นของข้อมูลอย่างเป็นระบบ ได้จึงมีความสำคัญมาก เนื่องจากข้อมูล (Data) จะสามารถทำให้เกิดเป็นสารสนเทศ (Information) และสารสนเทศจะนำมาซึ่งองค์ความรู้ (Knowledge) และความรู้ที่บูรณาการด้านต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ จะเกิดเป็นปัญญา (Wisdom) ดังประโยคที่ว่า Data is a new oil¹ หรือ ข้อมูลคือแหล่งน้ำมันหรือ ขุมทรัพย์แห่งใหม่

3.1 ทุนทรัพยากรธรรมชาติ (National Resources Capital) การที่ผู้ประกอบการในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งสามารถใช้หรือมีความได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบอันเนื่องมาจากทรัพยากรธรรมชาติที่ได้เปรียบ อย่างไรก็ตามทรัพยากรธรรมชาติมีการหมดสิ้นและมีการเสื่อมสลาย ซึ่งจะทำให้การพึ่งพาทุนทรัพยากรธรรมชาติเพียงอย่างเดียวเท่านั้น เป็นความเสี่ยงและไม่ยั่งยืน การให้ความรู้ผู้ประกอบการ MSE ในการเตรียมความพร้อมและการรับรู้เกี่ยวกับวัฏจักรของทรัพยากรธรรมชาติมีความสำคัญอย่างยิ่ง รวมทั้งต้องให้การสนับสนุนรักษาและยกระดับ รวมทั้งคำนวณต้นทุนผลกระทบและค่าเสียโอกาสในการกำหนดราคาขายและบริการ การสร้างเสาหลักที่ยั่งยืนด้านทรัพยากรธรรมชาติมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเกี่ยวข้องกับกฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก การกำหนดพื้นที่พิเศษด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยคณะกรรมการดำเนินงานท้องถิ่นที่บูรณาการ กำหนดมาตรฐานคุณภาพและปริมาณ จึงมีความสำคัญ

3.2 ทุนการเงิน (Financial Capital) ความสำคัญของโครงสร้างพื้นฐานทางด้านกายภาพ (Physical Capital) ของภาครัฐซึ่งจะต้องควบคู่กับการสะสมทุนในภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ แม้ว่าผู้ประกอบการ MSE จะไม่มีการลงทุนในส่วนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Asset) มากนักเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ในปัจจุบันรูปแบบทั้งการช่วยเหลือ การอุดหนุน ทั้งกลไกปกติและกลไกพิเศษ ผ่านสถาบันการเงินของทั้งภาครัฐและเอกชนทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึง “แหล่งเงินทุน” ได้ในระดับดีมากสำหรับผู้ประกอบการ MSE ที่อยู่ในระบบบันทึกและมีแผนงานที่ชัดเจน โดยความช่วยเหลือและสนับสนุนผ่านสถาบันการเงินและองค์กรรัฐเฉพาะกิจ ในการให้ความช่วยเหลือ อย่างไรก็ตามนอกเหนือจากการระดมทุนสมัยใหม่ที่เกิดขึ้น ในระบบปกติและระบบจัดการจับคู่ระหว่างแหล่งเงินทุนกับผู้ต้องการใช้เงินทุน ในรูปแบบของ Startup ยังมีความสำคัญ ในการมีเวทีประกวด การบ่มเพาะ และการส่งต่อให้เกิดการพัฒนาต่อเนื่อง รวมทั้งกฎหมายที่เอื้อต่อการระดมทุน การขายและควบรวมกิจการ การสร้างระบบ Mentor เป็นต้น

3.3 ทุนข้อมูล (Data Capital) ความสำคัญของข้อมูลที่น่าไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงทั้งประสิทธิภาพการผลิต การเก็บรวบรวมข้อมูลและพฤติกรรมลูกค้าและการขาย นำมาซึ่งการนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ด้านการตลาด การนำข้อมูลใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์สินเชื่อและแหล่งเงินทุน ข้อมูลนอกจากจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจแล้ว ข้อมูลจะบ่งบอกถึงความสามารถในการพัฒนา

¹ Clive Humby 2016

และการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสำหรับการวิเคราะห์และวางแผนการผลิตและการตลาด ในปัจจุบัน แม้ว่าข้อมูลเกี่ยวข้องกับการตลาดและพฤติกรรมของลูกค้า สามารถวิเคราะห์ได้จากฐานข้อมูลรูปแบบการชำระเงินสมัยใหม่ (E-Wallet) และ/หรือระบบสมาชิก แต่สำหรับผู้ประกอบการ MSE การเก็บข้อมูลในลักษณะดิจิทัลต้องอาศัยเครื่องมือและการสนับสนุนจากภาครัฐ ที่ต้องสร้างแพลตฟอร์มการชำระเงินดิจิทัล ให้สามารถเก็บข้อมูลให้กับผู้ประกอบการ MSE ใช้สำหรับการวิเคราะห์ได้มากยิ่งขึ้น

3.4 ทูนวัฒนธรรม (Cultural Capital) การสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มของผู้ประกอบการ MSE บนฐานของวัฒนธรรมไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยเฉพาะการผสมผสานวัฒนธรรมอาหารไทยกับต่างชาติ (Fusion) ทำให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ การสร้างมาตรฐานทักษะฝีมือแรงงานด้านผู้ประกอบการ MSE ที่สามารถใช้วัฒนธรรมให้เกิดมูลค่าบนสินค้าและบริการสมัยใหม่ โดยเฉพาะการเชื่อมโยงระหว่างความทันสมัย (Modern) กับความเป็นเอกลักษณ์ (Unique) ทูนวัฒนธรรมสามารถปรับเข้ากับเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ และทุนทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งการทำภูมิทัศน์วัฒนธรรมทั้งศิลปะ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม งานจักสาน ทำให้เกิดการส่งต่อของฐานกิจกรรมทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนและฐานรากที่เข้มแข็ง นอกจากนี้ งานแสดง การละเล่น รวมทั้งศิลปะวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรม และวัฒนธรรมประเพณี ในช่วงที่ผ่านมามีการเก็บบันทึกข้อมูลการประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรมมีน้อยมาก ทำให้การพัฒนาผู้ประกอบการซึ่งส่วนใหญ่เป็น MSE ทำได้น้อยมาก เนื่องจากขาดฐานข้อมูลที่ชัดเจน ดังนั้นการจัดทำภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscape) ที่เชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ MSE ในเชิงพื้นที่จึงควรดำเนินการอย่างเร่งด่วน

3.5 ทุนมนุษย์ (Human Capital) หลังจากที่มีฐานข้อมูลและเทคโนโลยีแพลตฟอร์มเกี่ยวกับผู้ประกอบการ MSE ในรูปแบบ Dashboard แล้ว การดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งในการวางแผนระยะยาวการสร้างแนวความคิดการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Mindset) จะต้องเริ่มตั้งแต่สถาบันครอบครัว และต่อเนื่องมายังสถาบันการศึกษา โดยให้ความสำคัญกับทักษะพื้นฐาน (Basic Skill) 3 อย่าง คือ 1) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) 2) การเรียนรู้ข้ามศาสตร์ (Transdisciplinary) 3) ทักษะด้านการเงิน (Financial Skill) ทั้งนี้ทักษะพื้นฐานจะต้องมีการดำเนินการสร้างและพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งรูปแบบ Online และ Offline การนำกรณีศึกษา การสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ การมีพื้นที่ทดลอง รวมทั้งการให้ความสำคัญกับเครือข่ายทักษะแรงงานจึงเป็นเรื่องสำคัญ นอกจากนี้การพัฒนาฝีมือแรงงานที่จะต้องมีการฝึกทักษะ/ยกระดับทักษะ (Reskill/Upskill) ควรดำเนินการต่อเนื่องตามการเปลี่ยนแปลงของทุนและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

4. การจัดการด้านอุปทาน (Supply Created) การสร้างสรรค์สินค้าและบริการ เพื่อให้เติบโตได้เต็มประสิทธิภาพ ความสามารถในการผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างทันท่วงที การวิจัยและพัฒนา (Research and Development) และการมีนวัตกรรมทำให้มีความสามารถในการแข่งขันที่ดีขึ้น ผู้ผลิตที่มีความสามารถในการสร้างแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจนสามารถเป็นเครื่องมือในการกีดกันคู่แข่ง (Barrier to Entry) จนทำให้มีค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Economic Rent) ที่สามารถตั้งราคาและแยกตัวออกมาจากการแข่งขันอย่างดุเดือดได้

รวมถึงการจัดทำมาตรฐานการผลิตและการสร้างคู่มือการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและปฏิบัติได้จริง มีความจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ MSE ในทางปฏิบัติเมื่อมีการนำหน่วยงานรัฐและหน่วยงานในระดับท้องถิ่นจึงควรมีเจ้าหน้าที่ “นักจัดการอุปทาน” หรือ “นักตรกรชุมชน” ซึ่งสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการผลิตหรือแนะนำเชื่อมโยง/จับคู่กับหน่วยงานที่รับผิดชอบให้แก่ผู้ประกอบการ MSE

4.1 การยกระดับการทำงาน (Shift in Operating Model) ในกระบวนการผลิตในยุคปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งโดยส่วนใหญ่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การแข่งขัน และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ในการบริหารจัดการด้านอุปทาน ความสามารถในการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยี จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง การมีพื้นที่ทดลองและหน่วยงานพี่เลี้ยงที่คอยสนับสนุนข้อมูลเทคโนโลยี ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ที่เปลี่ยนแปลงไปบนแพลตฟอร์ม Online จึงมีความสำคัญ อีกทั้งการยกระดับการทำงาน การผลิต การบริการ จำเป็นต้องอาศัยผู้ที่ตื่นตัวตลอดเวลา เพื่อสนับสนุนทั้งการฟื้นฟู และการเติบโตอย่างเต็มประสิทธิภาพ

4.2 การจัดลำดับห่วงโซ่อุปทานใหม่ (Supply Chain Rearrangements) การให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์และสร้างห่วงโซ่อุปทานที่เกิดขึ้นใหม่โดยความตั้งใจ เพื่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการใหม่ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การอธิบายและนำเสนอรูปแบบของห่วงโซ่อุปทาน ต้องเชื่อมโยงความต้องการและขีดความสามารถของผู้ประกอบการ MSE ในการเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานใหม่ที่พร้อมจะเปลี่ยนแปลง การมีเครื่องมือ พันธมิตร Supplier และลูกค้าเป็นสิ่งไม่ยั่งยืน การนำเสนอแนวทางที่อยู่บนระเบียบของห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain Corridor) ทำให้เข้าใจถึงมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงของกระบวนการผลิต ผู้ประกอบการที่เป็น MSE จะต้องเข้าใจสัดส่วนมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วง และหากมีความเป็นไปได้ภาครัฐต้องมีตัวเร่ง (Accelerator) ทั้งทางด้านการเงินและทางด้านความรู้ให้เข้ามาสู่กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานใหม่ตลอดเวลา

5. กลไกทางด้านสถาบัน (Institution Mechanism) จัดเป็นรากฐานที่สำคัญของที่สุดของการสร้างกลไกการขับเคลื่อนปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) ของ MSE เนื่องจากเป็นผู้กำหนดแนวทางการส่งเสริมและชี้แนะ ซึ่งอาจจะเป็นผู้ให้โอกาสและเป็นผู้สร้างอุปสรรคในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ MSE หากกลไกรัฐหรือกลไกสถาบันมีบทบาทมากเกินไปและมีหลายหน่วยงาน ขั้นตอนการดำเนินงานย่อมยุ่งยากหรืออาจจะซับซ้อน ในบางครั้งอาจจะต้องปล่อยให้กลไกตลาดหรือกลไกของภาคเอกชนทำหน้าที่แทน เพื่อให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ การกระจายรายได้ที่เป็นธรรม โดยกลไกสถาบันอาจจะทำหน้าที่หลักอยู่ 2 ประการ คือ

5.1 การรื้อระเบียบกติกาที่ล้าหลัง การปฏิรูปกฎหมายให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง การออกแบบการทำงานที่ส่งเสริมธรรมาภิบาล การแข่งขันที่เป็นธรรม (Reform and Governance) การเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรภาครัฐ/งบประมาณมีประสิทธิภาพและกระจายลงตามพื้นที่อย่างเหมาะสม ตามความต้องการและศักยภาพของพื้นที่ โดยคำนึงถึงการฟื้นฟูในระยะสั้น การดำรงและดำเนินธุรกิจอยู่ได้ในระยะปานกลาง และความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

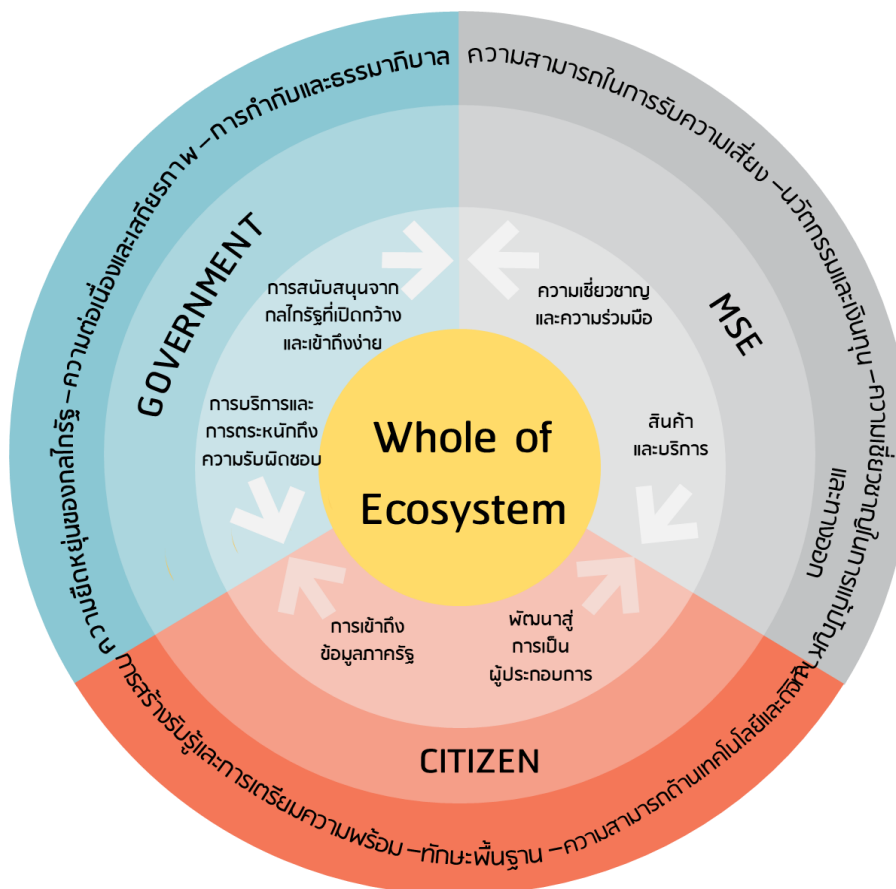
5.2 การสร้างกลไกความยั่งยืนทางธุรกิจ (Business Sustainability) การสร้าง Know-How ที่ริเริ่มจาก Ecosystem และการส่งเสริมจากภาครัฐ ผู้ประกอบการ MSE มีความสามารถในการปรับตัว

และกลายเป็น Smart Entrepreneur จนสามารถมีภูมิคุ้มกันทางธุรกิจสามารถล้มและลุกขึ้นอย่างรวดเร็ว (Resilience) ซึ่งระบบการสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจจะต้องได้รับการสนับสนุนจากกลไกรัฐทั้งในระดับส่วนกลางและในส่วนท้องถิ่น โดยการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับทั้งมาตรการระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

7.2 การสร้าง Digital Platform ของ MSE Ecosystem

การสร้าง Digital Platform ของ MSE Ecosystem เพื่อให้การดำเนินงานภายใต้งบประมาณและทรัพยากรของภาครัฐที่มีอยู่อย่างจำกัด การอาศัย Digital Platform เพื่อสร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดย่อมจึงเป็นเงื่อนไขที่จำเป็น (Necessary Condition) ในการอำนวยความสะดวกให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด และยังต้องสร้างการรับรู้และการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการ MSE ในการเข้าสู่ธุรกิจที่กำลังเติบโตและแข่งขันได้ในอนาคต

ภาพที่ 7.2: การเชื่อมโยง Ecosystem MSE บน Digital Platform



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

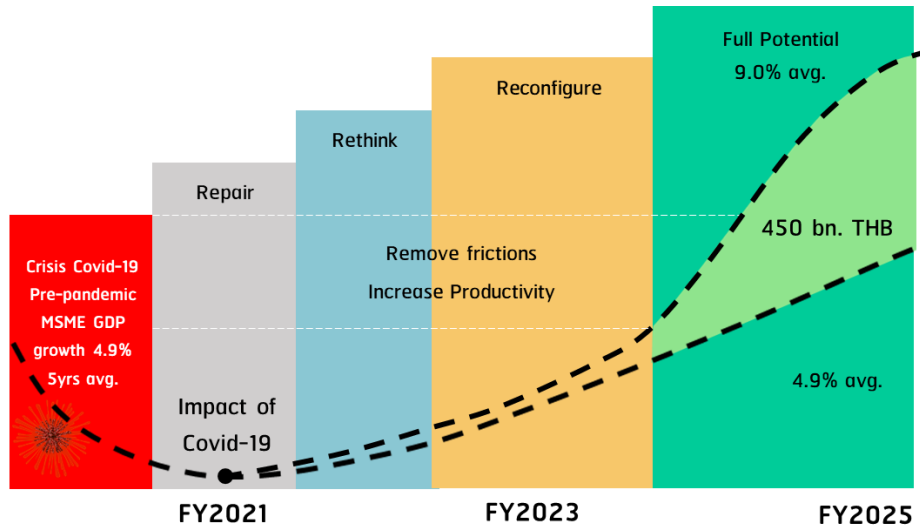
การออกแบบ Ecosystem ของ MSE ให้สอดคล้องกับภาคส่วนที่สำคัญทั้งภาครัฐ รวมถึงสถาบันการศึกษาและประชาชน ทั้งระบบจะต้อง Transform เข้าสู่ Digital Platform เพื่อให้การเชื่อมโยง การดำเนินงานและการส่งต่อข้อมูลทำได้เรียบง่ายและมีประสิทธิภาพสูงสุด ในแง่ของบทบาทภาครัฐ (Government) จะต้องมีควมยืดหยุ่นในการดำเนินงานและสามารถปรับตัวให้ทันต่อเหตุการณ์ภายนอกได้อย่างทันที่ การดำเนินนโยบายและโครงการสนับสนุนจะต้องมีความต่อเนื่องและมีเสถียรภาพสูง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับทั้งผู้ประกอบการ MSE และประชาชน การเป็นรัฐที่เปิดกว้างและสร้างโอกาสส่งต่อการเข้าถึงในทุกช่องทาง ให้ความสำคัญกับการบริการที่เป็นเลิศ (Excellent) และตระหนักถึงหน้าที่ความรับผิดชอบในการใช้ทรัพยากรภาครัฐและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับภาคสังคมโดยรวม

สำหรับด้านผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดย่อม (MSE) ต้องเข้าใจในเรื่องความเสี่ยงและความสามารถในการรับความเสี่ยงและการบริหารความเสี่ยง การสร้างนวัตกรรมและแหล่งเงินทุนที่เหมาะสมกับกิจการ การมีทางออกของปัญหาโดยมีผู้เชี่ยวชาญที่เป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำ โดยผู้ประกอบการ MSE จะต้องให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่ การให้บริการที่มากกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังต้องให้ความร่วมมือกับกลไกรัฐในการถ่ายทอดความเชี่ยวชาญ รวมทั้งอยู่ในกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ MSE ของภาครัฐ และสำหรับประชาชน (Citizen) ใน Digital Platform ซึ่งจะเป็นได้ทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ MSE ในอนาคต จำเป็นต้องมีทักษะขั้นพื้นฐาน การใช้เทคโนโลยีและการก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี การเข้าถึงข้อมูลและบริการภาครัฐ รวมทั้งโอกาสในการก้าวเข้าไปสู่การเป็นผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดย่อม (MSE)

7.3 การกำหนดเป้าหมายในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

การเติบโตในเชิงปริมาณสำหรับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของ MSE ในช่วง 5 ปีก่อนวิกฤติ Covid-19 ในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2562 ที่ระดับร้อยละ 4.9 ต่อปี สูงกว่าค่าเฉลี่ยของ GDP ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 2.8 ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งเมื่อพิจารณาสัดส่วนของการการเติบโตพบว่าการเติบโตยังคงกระจุกตัวอยู่กับภาคการผลิตแบบดั้งเดิม การบริการที่อาศัยชั่วโมงการทำงานในระดับสูง ขาดซึ่งการเติบโตด้วยธุรกิจที่เป็นนวัตกรรมและเทคโนโลยี ทำให้ในเชิงคุณภาพแล้วการเติบโตของ MSE ในประเทศไทยอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นการกำหนดเป้าหมายให้มีความท้าทายเป็นหนึ่งใน Ecosystem ที่สำคัญของกลไกรัฐ เพื่อให้เกิดแรงขับเคลื่อนเพื่อบรรลุเป้าหมายให้เกิดขึ้นจริง โดยมีรายละเอียดในแต่ละช่วงปี ดังนี้

ภาพที่ 7.3: การกำหนดเป้าหมายที่ท้าทายในการขับเคลื่อน Ecosystem ของ MSE



ที่มา: มูลนิธิ สวค.

*หมายเหตุ: MSME GDP มาจากการกำหนดนิยามใหม่

ในปี พ.ศ. 2563 เกิดการหดตัวของมูลค่าเพิ่ม ยอดขาย และการจ้างงานอย่างรุนแรง ซึ่งคาดว่าจะทำให้ GDP ของ MSME หดตัวลงกว่าร้อยละ 10 ส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของกิจการและความสามารถในการชำระหนี้ กลไกของรัฐที่ออกแบบโครงสร้างปัจจัยแวดล้อมต้องให้ความสำคัญกับการเยียวยา เพื่อรองรับผลกระทบเป็นสำคัญ โดยการตั้งรับในแง่ของการผ่อนคลายนโยบาย รวมทั้งการเพิ่มเติมสภาพคล่องในปริมาณที่เหมาะสม

ปี พ.ศ. 2564 คาดว่าน่าจะเป็นปีที่เป็จุดต่ำสุดของผลกระทบ ทำให้สามารถประเมินความเสียหายทั้งหมดที่เกิดขึ้น รวมทั้งเป็นการทดสอบความแข็งแกร่ง (Stress Test) แก่ MSE ซึ่งกิจการที่อยู่รอดต้องพร้อมสำหรับการปรับโครงสร้างทั้งทางด้านปัจจัยการตลาดและการเงิน การจ้างงาน เพื่อรองรับการกลับมาฟื้นฟูใหม่อีกครั้งหลังจากการซ่อมแซม (Repair)

ปี พ.ศ. 2565-2566 การเติบโตของ MSE จะกลับมาเป็นบวกอีกครั้ง กิจการที่จะอยู่รอดต้องปรับกระบวนการคิดใหม่ (Rethink) โดยภาครัฐยังคงต้องออกแบบ Ecosystem ที่ผ่อนคลายนและลดภาระของ MSE เพิ่มเติมเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก ลดข้อจำกัดในการสร้างการเติบโตใหม่อีกครั้ง เพื่อลดแรงเสียดทานหรืออุปสรรค (Remove Frictions) ทั้งนี้การตั้งเป้าหมายใหม่ในการพัฒนาและยกระดับ MSE (Reconfigure) ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตการผลิต (Increase Productivity) โดยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพของ MSE ให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างแท้จริงและยั่งยืน

ปี พ.ศ. 2567-2568 ต้องเป็นช่วงเวลาที่สร้างการเติบโตใหม่ (New S-Curve) ที่อัตราการเติบโตของ MSE ภายใต้ New Ecosystem ใหม่ที่มีจุดเริ่มต้นจาก Data Platform ที่มีความทันสมัยมีความเป็นปัจจุบันตลอดเวลาและใช้ร่วมกันในทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้การบริหารของหน่วยงานหลักอย่าง สสว. เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่เกิดประโยชน์ต่อ MSE อย่างแท้จริง ซึ่งจะลดผลกระทบและค่าเสียโอกาสที่สูญเสียไปในช่วงปี พ.ศ. 2563-2566 ให้ MSE มีความพร้อมทั้ง New Ecosystem ที่ดี มีความสามารถในการรองรับความเสี่ยงในอนาคตที่อาจจะผันผวนได้ตลอดเวลาและสามารถเติบโตได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ (Full Potential)

7.4 แผนปฏิบัติการเพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE

ในการจัดทำปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) และกลไกการขับเคลื่อนของวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) (Micro and Small Enterprises: MSE) เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสมนำไปปฏิบัติได้จริง และยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการเติบโตวิสาหกิจรายย่อย (Micro) และวิสาหกิจขนาดย่อม (Small) รวมทั้งแนวทาง โครงการ งบประมาณ ช่วงเวลา หน่วยงานที่ผู้รับผิดชอบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ ผู้ชั้นนำในการขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพ MSE สู่ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

บูรณาการ และผลักดันการส่งเสริม MSE ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ MSE สามารถเติบโตและแข่งขันได้ในระดับสากล

เป้าประสงค์

เชื่อมโยงการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อม และสร้างกลไกเพื่อขับเคลื่อน MSE ให้เติบโต และมีความสามารถในการแข่งขันสู่ระดับสากล

เป้าหมาย

- 1) มีฐานข้อมูล MSE ทั้ง 4 ช่วง (Early, Rising Star, Maturity และ Turn Around)
- 2) จำนวน MSE ที่เป็น Early และ Rising Star ให้เติบโต และเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี
- 3) มี MSE Data Platform ที่ Active และใช้งานร่วมกันทุกหน่วยงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 1: บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานส่งเสริม MSE

กลยุทธ์

- 1) พัฒนาระบบฐานข้อมูลที่มีความทันสมัยและครอบคลุม MSE ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และบูรณาการด้วยการมีศูนย์กลางเพียงหนึ่งเดียว (Micro/Small Business Data Platform) สร้างปัจจัยแวดล้อม (Ecosystem) ทางด้านข้อมูลของ MSE ทั้งระบบให้มีศูนย์กลางเพียงหนึ่งเดียว (Micro/Small Business Data Platform)
- 2) สร้างปัจจัยแวดล้อมทางด้านนโยบาย/กฎระเบียบ และด้านการเงินโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของ MSE และกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น
- 3) พัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐและบังคับอย่างจริงจัง

แผนงาน/โครงการ

- 1) ระบบฐานข้อมูล MSE ที่บูรณาการและสามารถใช้งานได้จริง
- 2) ศูนย์กลางการรับฟังความคิดเห็นของ MSE ต่อกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับ รวมถึงการปกป้องสิทธิ เพื่อสร้างการแข่งขันที่เป็นธรรม

- 3) ศูนย์กลางให้คำปรึกษาทางการเงิน ครอบคลุมนวัตกรรมทางการเงินสมัยใหม่ รวมถึงจัดตั้งกองทุน ทรอด (Resilience Fund) กองทุนปรับสมดุล (Rebalance Fund) และกองทุนฟื้นฟูธุรกิจ (Revival Fund) ให้เหมาะสมกับช่วงธุรกิจ
- 4) ระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (Government/Corporate Procurement)

ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนากลไกส่งเสริม MSE และเศรษฐกิจชุมชนให้มีศักยภาพสูง กลยุทธ์

- 1) ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงพื้นที่/อุตสาหกรรม
- 2) พัฒนาระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ของไทยเพื่อ MSE โดยเฉพาะ
- 3) สร้างการรับรู้และเตรียมความพร้อมของ MSE และวิสาหกิจชุมชน ในด้านกฎระเบียบ การเงิน การตลาด เทคโนโลยี และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการของ MSE
- 4) พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลเชิงลึกสำหรับ MSE อย่างต่อเนื่อง

แผนงาน/โครงการ

- 1) แพลตฟอร์มการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงพื้นที่/อุตสาหกรรม
- 2) แพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์กลางให้มีพลวัต (Dynamic E-Commerce Platform)
- 3) ศูนย์พัฒนาทักษะแรงงานสมัยใหม่ของ MSE (Productivity Center) และเชื่อมโยงข้อมูล ด้วยแพลตฟอร์มแรงงานระดับชาติ (National E-Job Platform)
- 4) สถาบันด้านวิชาการของผู้ประกอบการ MSE (Entrepreneurship Academy/Campus Center) เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้
- 5) ระบบวิเคราะห์ ติดตามและประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของ MSE ด้าน OKRs (Objective and Key Results)

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ยกระดับ MSE ให้เติบโตและก้าวสู่สากล

กลยุทธ์

- 1) ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ
- 2) ผลักดันให้ MSE ตระหนักและเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานสินค้าและบริการ ส่งเสริม ด้านการตลาดและสินค้าชุมชน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล
- 3) พัฒนาศูนย์บ่มเพาะ นวัตกรรมชุมชน เพื่อยกระดับ MSE สู่อุตสาหกรรม

แผนงาน/โครงการ

- 1) ศูนย์บริการให้คำปรึกษาแนะนำการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม (Technology Digital Innovation OSS)
- 2) ศูนย์บริการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ (Transformation Business Service Center)
- 3) ศูนย์บริการการรับรองมาตรฐานสำหรับ MSE แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)
- 4) แพลตฟอร์มสินค้าท้องถิ่น เพื่อท้องถิ่น
- 5) ศูนย์บ่มเพาะ นวัตกรรมชุมชน และ Smart MSE Factory

ตารางที่ 7.1: แผนปฏิบัติการเพื่อยกระดับปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุน MSE

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 1. ระบบฐานข้อมูล MSE ที่บูรณาการและสามารถใช้งานได้จริง							
พัฒนาระบบฐานข้อมูลของ MSE ให้บูรณาการ และมีความเชื่อมโยงกัน โดยมีหน่วยงานกลางเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ เป็นผู้ดูแลระบบ และเป็นระบบที่ทุกหน่วยงานรัฐร่วมกันอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ และสามารถดึงข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจได้อย่างทันทั่วทั้ง และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างตรงจุด	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมการเกษตร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนจังหวัด	100	2	ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 1: พัฒนาระบบฐานข้อมูลที่มีความทันสมัยและครอบคลุม MSE ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และบูรณาการด้วยการมีศูนย์กลางเพียงหนึ่งเดียว (Micro/Small Business Data Platform)	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. การบูรณาการและเชื่อมโยงฐานข้อมูลของ MSE ให้เป็นปัจจุบัน 2. ความซ้ำซ้อนในการทำข้อมูลของแต่ละหน่วยงาน
แผนงาน/โครงการ: 2. ศูนย์กลางการรับฟังความคิดเห็นของ MSE ต่อกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับ รวมถึงการปกป้องสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญา							
จัดตั้งศูนย์กลางรับฟังความคิดเห็นของ MSE เกี่ยวกับกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับต่าง ๆ และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจดสิทธิบัตร/ทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในส่วนกลางและระดับภูมิภาค รวมถึงให้ความคุ้มครอง MSE ไม่ให้ถูกรุกลินโดยหน่วยงานอื่นและแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม โดยให้อำนาจแก่หน่วยงานท้องถิ่นในการช่วยเหลือ MSE	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: หน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	ส่วนท้องถิ่น	10	2	ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 2: สร้างปัจจัยแวดล้อมทางด้านนโยบาย/กฎระเบียบ และด้านการเงินโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของ MSE และกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น	ด้านนโยบาย/กฎระเบียบ	1. กฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลง 2. สิทธิและทรัพย์สินทางปัญญา ของ MSE

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 3. ศูนย์กลางให้คำปรึกษาทางการเงิน ครอบคลุมนวัตกรรมทางการเงินสมัยใหม่ รวมถึงจัดตั้งกองทุนทรหด (Resilience Fund) กองทุนปรับสมดุล (Rebalance Fund) และกองทุนฟื้นฟูธุรกิจ (Revival Fund) ให้เหมาะสมกับช่วงธุรกิจ							
จัดตั้งศูนย์กลางให้คำปรึกษาทางการเงินครอบคลุมนวัตกรรมทางการเงินสมัยใหม่ เช่น การใช้ระบบการชำระเงินออนไลน์ ส่งเสริมให้เกิด Cashless เป็นต้นจัดตั้งกองทุนให้การสนับสนุนทางการเงินเพื่อช่วยเหลือ MSE ให้เหมาะสมกับแต่ละช่วงธุรกิจ ได้แก่ 1) กองทุนทรหด (Resilience Fund) สำหรับธุรกิจในช่วงเริ่มต้น มีทักษะความรู้ และความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจ สามารถปรับตัว และแก้ปัญหาได้ ลักษณะคล้าย Angel Fund 2) กองทุนปรับสมดุล (Rebalance Fund) สำหรับธุรกิจในช่วงรุ่งเรืองและช่วงอึมครว โดยให้ทุนสนับสนุนบางส่วนเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการยกระดับและแข่งขันได้ 3) กองทุนฟื้นฟูธุรกิจ (Revival Fund) สำหรับธุรกิจที่อยู่ในช่วงพลิกฟื้นธุรกิจ โดยการให้เงินสนับสนุนเพื่อเยียวยาธุรกิจให้อยู่รอด ผ่อนคลายกฎระเบียบบางประการเกี่ยวกับ NPL ปลดปล่อยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ ยืดระยะเวลาการชำระหนี้	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย บริษัทประกันสินเชื่อสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสิน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน	ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	20	2	ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 2: สร้างปัจจัยแวดล้อมทางด้านนโยบาย/กฎระเบียบ และด้านการเงินโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมของ MSE และกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น	ด้านการเงิน	1. การเงินของ MSE ในแต่ละช่วงธุรกิจ 2. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการใช้นวัตกรรมทางการเงินสมัยใหม่ 3. ต้นทุนในการดำเนินงาน
แผนงาน/โครงการ: 4. ระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (Government/Corporate Procurement)							
พัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐที่มีอยู่เดิมให้ทันสมัย และถูกต้องครบถ้วน ส่งเสริมให้มีการจัดซื้อจาก MSE มากขึ้น ซึ่งเป็นการกระตุ้นทางอ้อมให้ MSE ยกระดับมาตรฐานสินค้าให้ดีขึ้น	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมบัญชีกลาง	ส่วนกลาง	5	2	ยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ 3: พัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐและบังคับอย่างจริงจัง	ด้านการตลาด	1. ความถูกต้องและครบถ้วนของฐานข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและ MSE 2. การแข่งขันที่เป็นธรรม

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 5. แพลตฟอร์มการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงพื้นที่/อุตสาหกรรม							
สร้างแพลตฟอร์มกลางหรือแบบอย่างในการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE ทั้งที่อยู่ในพื้นที่เดียวกันหรืออยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ และแลกเปลี่ยน Know-how รวมถึงทุนหรือทรัพยากรต่าง ๆ และนำแพลตฟอร์มดังกล่าวกระจายไปยังท้องถิ่น เพื่อเป็นต้นแบบที่ดี และควรมีการเชื่อมโยงกันระหว่างแพลตฟอร์ม เพื่อให้องค์กรอื่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	ส่วนภูมิภาค	10	3	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ 1: ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงพื้นที่/อุตสาหกรรม	ด้านทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้	1. การรวมกลุ่มเครือข่าย MSE ทั้งในเชิงพื้นที่และกลุ่มอุตสาหกรรม 2. การถ่ายทอดองค์ความรู้และแลกเปลี่ยน Know-How และทุนหรือทรัพยากรต่าง ๆ
แผนงาน/โครงการ: 6. แพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์กลางให้มีพลวัต (Dynamic E-Commerce Platform)							
สร้างแพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการใช้งานได้จริง เข้าถึงง่าย ส่งเสริมให้เกิดการซื้อขายสินค้าแบรนด์ไทย กระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ทั้งนี้ ต้องมีหน่วยงานกลางในการดูแลระบบ และรวบรวมข้อมูลสินค้าและผู้ซื้อขาย สามารถนำไปข้อมูลไปวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพื่อส่งเสริมการตลาดต่อไปได้	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลาง	20	3	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ 2: พัฒนาระบบการค้าอิเล็กทรอนิกส์ของไทย เพื่อ MSE โดยเฉพาะ	ด้านการตลาด	1. แพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์ ให้เป็นแหล่งรวบรวมสินค้าของ MSE ไทย 2. การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ด้วยการสนับสนุนสินค้าแบรนด์ไทย 3. ฐานข้อมูลที่สามารถนำไปวิเคราะห์และใช้ประโยชน์ได้

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 7. ศูนย์พัฒนาทักษะแรงงานสมัยใหม่ของ MSE (Productivity Center) และเชื่อมโยงข้อมูลด้วยแพลตฟอร์มแรงงานระดับชาติ (National E-Job Platform)							
จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้และพัฒนาทักษะของแรงงานสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนทักษะ (Upskill & Reskill) ของแรงงาน ใน MSE รวมถึงมีทักษะพื้นฐานทางด้านการเงิน การเรียนรู้ตลอดชีวิต และการเรียนรู้ข้ามศาสตร์ โดยการร่วมมือกันของหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและสถานศึกษา ทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค หรืออาจทำในลักษณะ Co-working Space มีการแบ่งปันผู้เชี่ยวชาญ ในสาขาต่าง ๆ และควรมีการเก็บฐานข้อมูลการเรียนรู้และเชื่อมโยง ข้อมูลด้วยแพลตฟอร์มด้านแรงงานโดยเฉพาะ	1. หน่วยงานหลัก: กระทรวงแรงงาน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค	30	4	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ 3: สร้างการรับรู้ และเตรียมความพร้อมของ MSE และวิสาหกิจชุมชน ในด้านกฎระเบียบ การเงิน การตลาด เทคโนโลยี และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการของ MSE	ด้านทรัพยากร มนุษย์ และองค์ความรู้	1. การยกระดับทักษะและปรับเปลี่ยนทักษะ (Upskill & Reskill) แรงงานของ MSE ให้มีประสิทธิภาพ 2. ฐานข้อมูลเกี่ยวกับทักษะความเชี่ยวชาญของแรงงานทั้งหมด 3. การจับคู่คนไม่ตรงกับงานและส่งเสริมให้เกิดจ้างงานของ MSE
แผนงาน/โครงการ: 8. สถาบันด้านวิชาการของผู้ประกอบการ MSE (Entrepreneurship Academy/Campus Center) เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้							
จัดตั้งสถาบันวิชาการสำหรับผู้ประกอบการ MSE ให้มีองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจและมีทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยมีหลักสูตรทั้งระยะยาวและระยะสั้นให้เหมาะสมกับแต่ละช่วงธุรกิจ รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญในการแนะนำและให้คำปรึกษาตลอดเวลา และมีความต่อเนื่อง	1. หน่วยงานหลัก: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, กระทรวงแรงงาน 2. หน่วยงานร่วม: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน	ส่วนจังหวัด	10	3	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ 3: สร้างการรับรู้ และเตรียมความพร้อมของ MSE และวิสาหกิจชุมชน ในด้านกฎระเบียบ การเงิน การตลาด เทคโนโลยี และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการของ MSE	ด้านทรัพยากร มนุษย์ และองค์ความรู้	1. องค์ความรู้ของผู้ประกอบการ MSE เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจในแต่ละช่วง 2. ผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาของ MSE ให้มีความต่อเนื่อง

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 9. ระบบวิเคราะห์ ติดตามและประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของ MSE ด้าน OKRs (Objective and Key Results)							
พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลสำหรับ MSE โดยใช้ OKRs หรือระบบที่มีประสิทธิภาพ มีการกำหนดตัวชี้วัดหลักที่แม่นยำและเชื่อถือได้ และควรสร้างการรับรู้และความเข้าใจแก่ผู้ประเมินถึงความสำคัญของความต่อเนื่องในการติดตามและประเมิน MSE	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, กระทรวงแรงงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลาง	15	3	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กลยุทธ์ 4: พัฒนาระบบติดตามและประเมินผลเชิงลึกสำหรับ MSE อย่างต่อเนื่อง	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. ระบบติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ 2. ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ 3. การแก้ปัญหาหรือให้ความช่วยเหลือได้อย่างตรงจุดและทันเวลา
แผนงาน/โครงการ: 10. ศูนย์บริการให้คำปรึกษาแนะนำการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม (Technology Digital Innovation OSS)							
จัดตั้งศูนย์ให้ความรู้และคำปรึกษา MSE ในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปปรับใช้ในทุก ๆ ช่วงธุรกิจ	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, กระทรวงแรงงาน, สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, สถานศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	10	3	ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 1: ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. การให้คำแนะนำผู้ประกอบการเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมและแนะนำแหล่งเงินทุนในการต่อยอดพัฒนาสินค้าและบริการ 2. ผู้ประกอบการ MSE มีพื้นที่ในการทำวิจัยและพัฒนา 3. การยกระดับและผลักดันสินค้านวัตกรรมไปสู่เชิงพาณิชย์

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 11. ศูนย์บริการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ (Transformation Business Service Center)							
จัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาสำหรับผู้ประกอบการ MSE ที่อยู่ในช่วงอิมตัวหรือช่วงพลิกฟื้นธุรกิจในการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้สามารถอยู่รอดหรือไปต่อได้ โดยมีหน่วยงานกลางในการรับเรื่องและพิจารณาตามเกณฑ์และส่งเรื่องต่อไปยังหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ต่อไป	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลาง	15	3	ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 1: ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรม และการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. การให้คำแนะนำปรึกษาสำหรับผู้ประกอบการ MSE ที่ต้องการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ 2. การสนับสนุนและช่วยเหลือผู้ประกอบการ MSE ที่ประสบปัญหาหรือต้องการฟื้นฟูธุรกิจ
แผนงาน/โครงการ: 12. ศูนย์บริการการรับรองมาตรฐานสำหรับ MSE แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)							
จัดตั้งศูนย์กลางในการให้บริการเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานเบ็ดเสร็จจุดเดียว โดยมีหน่วยงานทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และเชื่อมโยงข้อมูลบนแพลตฟอร์มเดียวกัน	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: สถาบันรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนกลาง	5	2	ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 2: ผลักดันให้ MSE ตระหนักและเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานสินค้าและบริการ ส่งเสริมด้านการตลาดและสินค้าชุมชน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. ผู้ประกอบการ MSE มีสินค้าและบริการที่มีการรับรองมาตรฐาน 2. ระยะเวลาและการอำนวยความสะดวกในการดำเนินการขอมาตรฐานต่าง ๆ เบ็ดเสร็จในจุดเดียวสำหรับ MSE 3. ชีตความสามารถในการแข่งขันของ MSE

แนวทาง:	ผู้รับผิดชอบ	พื้นที่เป้าหมาย	งบประมาณ (ล้านบาท)	ระยะเวลาดำเนินงาน (ปี)	ความสอดคล้องนโยบาย/ยุทธศาสตร์	ความสอดคล้องกับประเด็นการประชุม FG	ความสอดคล้องกับปัญหา
แผนงาน/โครงการ: 13. แพลตฟอร์มสินค้าท้องถิ่น เพื่อท้องถิ่น							
จัดทำแพลตฟอร์มที่รวบรวมสินค้าในแต่ละท้องถิ่น รวมถึงการส่งเสริมทางการตลาดให้มีการเข้าถึงสินค้าท้องถิ่น และสินค้าแบรนด์ไทยได้มากขึ้น	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมการเกษตร, กรมการพัฒนาชุมชน	ส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น	15	3	ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 2: ผลักดันให้ MSE ตระหนักและเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานสินค้าและบริการ ส่งเสริมด้านการตลาดและสินค้าชุมชน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล	ด้านการตลาด	1. การยกระดับสินค้าท้องถิ่นเข้าสู่การใช้อิเล็กทรอนิกส์เพื่อผลักดันให้เกิดการสร้างมาตรฐานสินค้าท้องถิ่น 2. การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และระบบเศรษฐกิจฐานราก
แผนงาน/โครงการ: 14. ศูนย์บ่มเพาะ นวัตกรรมชุมชน และ Smart MSE Factory							
จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะ เพื่อให้ความรู้และคำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ MSE และจัดตั้งหน่วยงานในภูมิภาคมีหน้าที่เสมือนนวัตกรรมชุมชน สำหรับให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรม ตลอดจนส่งเสริมผู้ประกอบการในภาคการผลิตให้นำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน	1. หน่วยงานหลัก: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. หน่วยงานร่วม: กรมส่งเสริมการเกษตร, กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, องค์การบริหารส่วนตำบล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ส่วนท้องถิ่น	30	4	ยุทธศาสตร์ที่ 3 กลยุทธ์ 3: พัฒนาศูนย์บ่มเพาะ นวัตกรรมชุมชน เพื่อยกระดับ MSE สู่อุตสาหกรรม	ด้านปัจจัยสนับสนุน	1. ผู้ประกอบการ MSE มีที่เลี้ยงและผู้ให้คำแนะนำ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในทุกช่วงธุรกิจ 2. ผู้ประกอบการ MSE ในภาคการผลิตมีการใช้เทคโนโลยีในการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต 3. ชีตความสามารถในการแข่งขันของ MSE

หมายเหตุ: ระยะเวลาดำเนินงานโครงการเป็นโครงการต้นแบบในการดำเนินงาน และหลังจากโครงการต้นแบบเสร็จสิ้นแล้ว ควรมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 7.2: แผนการดำเนินงาน (Roadmap) ตามแผนปฏิบัติการ

ลำดับ	แผนงาน/โครงการ	ระยะเวลาดำเนินการ (ปีที่)					
		ระยะเร่งด่วน		ระยะปานกลาง			ระยะต่อเนื่อง
		1	2	3	4	5	6
ยุทธศาสตร์ที่ 1: บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานส่งเสริม MSE							
1	ระบบฐานข้อมูล MSE ที่บูรณาการและสามารถใช้งานได้จริง	←→					
2	ศูนย์กลางการรับฟังความคิดเห็นของ MSE ต่อกฎหมาย/กฎระเบียบ/ข้อบังคับ รวมถึงการปกป้องสิทธิและทรัพย์สินทางปัญญา	←→					
3	ศูนย์กลางให้คำปรึกษาทางการเงิน ครอบคลุมนวัตกรรมทางการเงินสมัยใหม่ รวมถึงจัดตั้งกองทุนทรหด (Resilience Fund) กองทุนปรับสมดุล (Rebalance Fund) และกองทุนฟื้นฟูธุรกิจ (Revival Fund) ให้เหมาะสมกับช่วงธุรกิจ	←→					
4	ระบบการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (Government/Corporate Procurement)	←→					
ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนากลไกส่งเสริม MSE และเศรษฐกิจชุมชนให้มีศักยภาพสูง							
5	แพลตฟอร์มการรวมกลุ่มเครือข่าย MSE เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเชิงพื้นที่/อุตสาหกรรม			←→			
6	แพลตฟอร์มการค้าอิเล็กทรอนิกส์กลางให้มีพลวัต (Dynamic E-Commerce Platform)		←→				
7	ศูนย์พัฒนาทักษะแรงงานสมัยใหม่ของ MSE (Productivity Center) และเชื่อมโยงข้อมูลด้วยแพลตฟอร์มแรงงานระดับชาติ (National E-Job Platform)			←→			
8	สถาบันด้านวิชาการของผู้ประกอบการ MSE (Entrepreneurship Academy/Campus Center) เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้		←→				
9	ระบบวิเคราะห์ ติดตามและประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของ MSE ด้าน OKRs (Objective and Key Results)		←→				
ยุทธศาสตร์ที่ 3: ยกระดับ MSE ให้เติบโตและก้าวสู่สากล							
10	ศูนย์บริการให้คำปรึกษาแนะนำการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม (Technology Digital Innovation OSS)	←→					
11	ศูนย์บริการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ (Transformation Business Service Center)		←→				
12	ศูนย์บริการการรับรองมาตรฐานสำหรับ MSE แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)			←→			
13	แพลตฟอร์มสินค้าท้องถิ่น เพื่อท้องถิ่น			←→			
14	ศูนย์บ่มเพาะ นวัตกรรมชุมชน และ Smart MSE Factory			←→			

หมายเหตุ: ←→ ระยะเวลาในการดำเนินโครงการซึ่งเป็นต้นแบบในการดำเนินงาน และหลังจากโครงการต้นแบบเสร็จสิ้นแล้ว ควรมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กรมสรรพากร. (2563). *SME 360o Ecosystem*.

สืบค้นจาก <http://www.rd.go.th/publish/28131.0.html>

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. (2562). การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาธารณรัฐประชาชนจีน.

ฐานเศรษฐกิจ. (2562). “หัวเว่ย”ประกาศสร้างอีโคซิสเต็มส์ก้าวสู่ยุค AI.

สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/content/tech/414709>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). ปลดล็อก SMEs ไทยปรับตัวอย่างไรให้เติบโต

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). (2555). *Ecosystem*.

สืบค้นจาก <http://is201sec4group1234.pbworks.com/w/page/58580438/IS201Sec5AISEcosystem>

สยามรัฐ. (2563). โมติฟาย “กลอ.”สร้างระบบ SMEs Ecosystem ส่งเสริม-พัฒนา SMEs ด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม. สืบค้นจาก <https://siamrath.co.th/n/117384>

สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2562). นโยบายส่งเสริม SMEs: เราไปถึงสิ่งที่คาดหวังหรือยัง.

สำนักงบประมาณ. (2560). ยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562.

สืบค้นจาก <http://www.bb.go.th/topic-detail.php?id=6781&mid=528&catID=0>

สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (ฉบับย่อ)*.

สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). คู่มือการจัดทำข้อเสนอโครงการภายใต้งบประมาณในลักษณะบูรณาการเชิงยุทธศาสตร์ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เรื่องแผนงานบูรณาการพัฒนาผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากล. สืบค้นจาก

https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20190322091746.pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2562.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *แผนการส่งเสริมสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)*. สืบค้นจาก

http://www.sme.go.th/upload/mod_download/แผนแม่บทฯ%20ฉบับที่%204.pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *แผนปฏิบัติการของ สสว. ประจำปี 2562*. สืบค้นจาก

https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20190103095343.pdf

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *แผนยุทธศาสตร์สสว. ปี 2560-2564 (ฉบับทบทวน ปี 2562-2564)*. สืบค้นจาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20181019085337.pdf
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *สรุปผลการจัดทำงานประมาณในลักษณะบูรณาการ เชิงยุทธศาสตร์ เรื่อง การพัฒนาผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากล ประจำปีงบประมาณ 2563*. สืบค้นจาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20190322091820.pdf
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *SMEs Knowledge Center*. สืบค้นจาก <https://www.smeknowledgecenter.com/>
- Al-Abri, M. Y., Rahim, A. A., & Hussain, N. H. (2018). Entrepreneurial ecosystem: An exploration of the entrepreneurship model for SMEs in Sultanate of Oman. *Mediterranean journal of social sciences*, 9(6), 193-206.
- ASEAN (2019). *Study on SMEs Participation in the Digital Economy in ASEAN*. From <https://asean.org/storage/2012/05/ASEAN-MSME-Full-Report-Final.pdf>
- Bruno, A. V., & Tyebjee, T. T. (1982). The environment for entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 2(4), 288-315.
- European Commission. (2020). *What is an SME?*. From https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_en
- EU SME Centre. (2019). *SMEs in China: Policy Environment Report*.
- Foster, G., Shimizu, C., Ciesinski, S., Davila, A., Hassan, S., Jia, N., & Morris, R. (2013, September). Entrepreneurial ecosystems around the globe and company growth dynamics. *World Economic Forum* (Vol. 11).
- Frost & Sullivan. (2014). *Future of Integrated Mobility*. From <http://www.carsharing.org/research/UITP/Frost&SullivanIntegrators.pdf>
- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(4), 43-62.
- Greene, P., Rice, M and Fettes, M (2010) University-based entrepreneurship ecosystems: framing the discussion, in Micheal Fettes Patricia Greenem Mark Rice and John Sibley Butler (eds.) *The Development of University-Based Entrepreneurship Ecosystems: Global Practices*. Edward Elgar, UK.
- IDB. (2019). Important Policies. From <https://www.moeaidb.gov.tw/ctrl?PRO=english.rwdAbout02&lang=1>

- Iqbal, B. A., & Rahman, M. N. (2015). Contribution of ASEAN-6 SMEs to economic growth of ASEAN. *Economics World*, 3(11-12), 258-269.
- Isenberg, D. (2011). *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship*. Presentation at the Institute of International and European Affairs. *Babson Entrepreneurship Ecosystem Project*, Babson College, Babson Park: MA.
- Kim, J. Y. (2006). SME innovation policies in Korea. The Pacific Economic Cooperation Council
- Khattab, I., & Al-Magli, O. O. (2017). Towards an integrated model of entrepreneurship ecosystem. *Journal of Business & Economic Policy*, 4(4), 80-92.
- Koltai, S. and Muspratt, M. (2016). *Peace Through Entrepreneurship*. Washington D.C.: Brookings Institution Press.
- Mason, C.& Brown, R. (2013). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, *The Hague*, Netherlands
- Ministry of SMEs and Startups. Scope of SME. From <https://www.mss.go.kr/site/eng/02/20201000000002019110604.jsp#>
- Moore, J. F. (1993). *Predators and prey: a new ecology of competition*. *Harvard business review*, 71(3), 75-86
- OECD. (2016). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2016: An OECD Scoreboard*. OECD Publishing: Paris. https://doi.org/10.1787/fin_sme_ent-2016-en.
- OECD. (2018). *SME and Entrepreneurship Policy in Indonesia 2018*. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. OECD Publishing: Paris.
- Outlook, S. C. (2018). *Business Ecosystems for the Digital Age*. *International Trade Centre*, Geneva.
- Reserve Bank of India. (2019). *Report of the Expert Committee on Micro, Small and Medium Enterprises*. From <https://www.rbi.org.in/Scripts/PublicationReportDetails.aspx?UrlPage=&ID=924>
- Seok-II Hong (2017). The Development and Characteristics of Micro-Enterprise Policy in Korea. *KIET Industrial Economic Review*. *KIET Industrial Economic Review July/August 2017 Vol. 22 No. 4*

SME Corporation Malaysia (2018). *Official National SME Definition*. From <https://www.smeinfo.com.my/official-national-sme-definition>

Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72.

Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769.

Tzong-Ru Lee and Irsan Prawira Julius Jioe. (2017). Taiwan's Small and Medium Enterprises (SMEs). *Contemporary Postcolonial Asia*.

Valdez, J. (1988). *The entrepreneurial ecosystem: Toward a theory of new firm formation*. Working Paper. Web: <http://www.sbaer.uca.edu/research/sbida/1988/PDF/11.pdf>.

WEF. (2013). *The travel & tourism competitiveness report 2013*. Paper presented at the World Economic Forum. From http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf